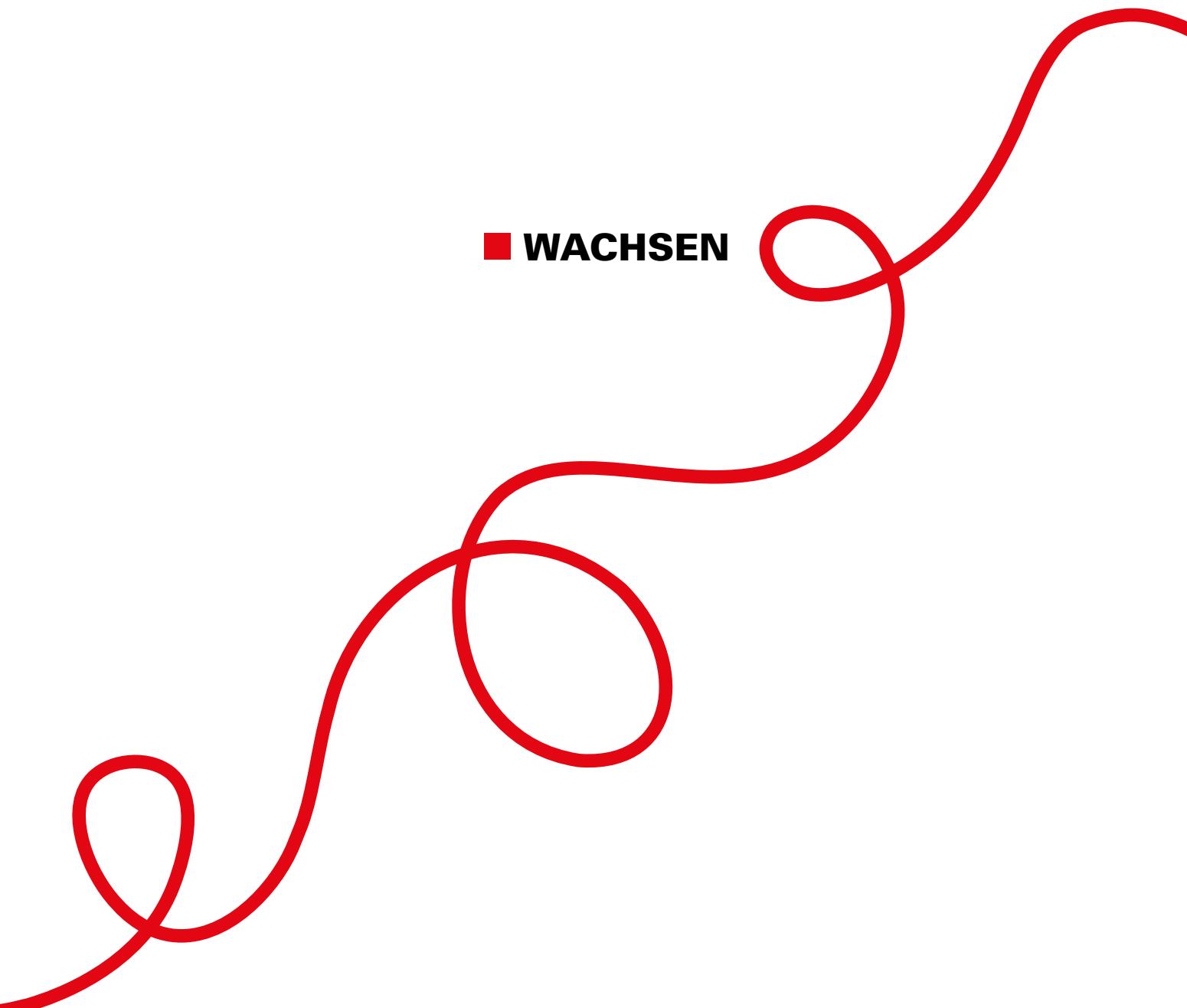


JOURNAL

■ **WACHSEN**



Editorial

■ WACHSEN

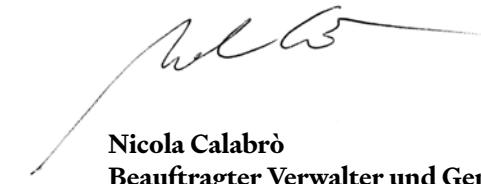
Wie ein roter Faden zieht sich das Thema WACHSEN durch die neue Ausgabe des Journal, der Sparkasse-Zeitschrift, die seit dem entfernten Jahr 1976 erscheint und sich nun – zehn Jahre nach der letzten Überarbeitung des Layouts – in einem komplett innovativen Outfit mit neuen Inhalten und Rubriken präsentiert.

Auf den nächsten Seiten wird das Thema Wachsen aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet. Volkswirtschaftliches, unternehmerisches, technologisches, sportliches, kulturelles und persönliches Wachstum sind stark miteinander vernetzt, und überall spielen wachsende Kompetenzen und lebenslanges Lernen eine zentrale Rolle.

Die Entwicklung von Organisationen und Menschen wird nicht ausschließlich von materiellen oder quantitativen Faktoren und Eigenschaften bestimmt, sondern auch von der Entfaltung neuer Qualitäten.

Auch unsere Zeitschrift wächst und entwickelt sich qualitativ weiter.

Wir wünschen eine gute Lektüre!


Nicola Calabro
Beauftragter Verwalter und Generaldirektor

Impressum:

Erscheint halbjährlich | Herausgeber und Eigentümer: Südtiroler Sparkasse AG, Bozen | Verantwortlicher Direktor: Hugo-Daniel Stoffella | Eintragung: Landesgericht Bozen, Nr. 1 vom 9. Jänner 1976 | Layout&Druck: Fotolito Varesco GmbH, Auer, Dezember 2025 | Redaktion: Alexa Falk, Jutta Perkmann, Chiara Boscutti, Roberto Cassina, Michael Erlacher, Armin Weissenegger, Massimiliano Ippoliti, Marianne Widmann, Silvia Santandrea, Ulrike Stubenrù | Redaktionsschluss: 9.12.2025 | Foto: Archiv Sparkasse, Pia Sternbauer (Museum Angerlehner), iStock, shutterstock.com, pixabay.com, herb media, diverse online Archive. | Die vorliegende Schrift enthält Werbeaussagen. Vor Unterzeichnung der angebotenen Produkte bzw. Dienstleistungen die Informationsblätter sowie die Informations- und Vertragsunterlagen, die in den Filialen verfügbar und im Internet unter www.sparkasse.it veröffentlicht sind, aufmerksam durchlesen.



Inhalt

5	Die Kunst des Gedeihens	15	Persönliches Wachstum	26	Aufstieg und Fall
	Wachstum allein ist nicht genug		Interview mit Evelyn Kirchmaier		Finanzmärkte: Fehler, die man vermeiden sollte
8	Wachsen mit Verantwortung	18	Wachstum im Off-Highway	28	Gemeinschaft und Territorium
	Interview mit Monica Adriana Parricchi		Interview mit Roberto Ferrari		Gemeinsam wachsen
10	Wachstumsstrategien	20	Kulturell wachsen	30	Wachstumsgeschichten im Sport
	Wirtschaftswachstum in Italien, Europa und Unternehmensstrategien		Interview mit Fabrizio Cattelan		Beispiel FC Südtirol und APU Udine Basketball
12	Plattform für persönliches Wachstum	23	Unser Service wächst	32	Wo Kultur gedeiht
	Spark: frische Energie für die Generationen von morgen		Neuheiten in der Sparkasse		Kunst und Musik

Von der Kunst des gesunden Gedeihens

Wachstum allein ist nicht genug



F

Fortschritt wird oft am Wachstum gemessen, aber wir spüren: Die reine Quantität reicht nicht mehr. Der Fokus verschiebt sich: Nicht mehr wie *schnell* oder wie *viel* zählt, sondern wie *gesund* unser Gedeihen ist.

Wir reden ständig übers Wachsen, aber mal ehrlich: Wie wachsen wir eigentlich?

Es geht nicht darum, nur immer größer zu werden. Es ist Zeit, das alte Diktat der reinen Menge zu hinterfragen und uns ganz bewusst auf die Qualität und die Stabilität unseres Fortschritts zu konzentrieren.

Ein lehrreiches Beispiel aus der Geschichte

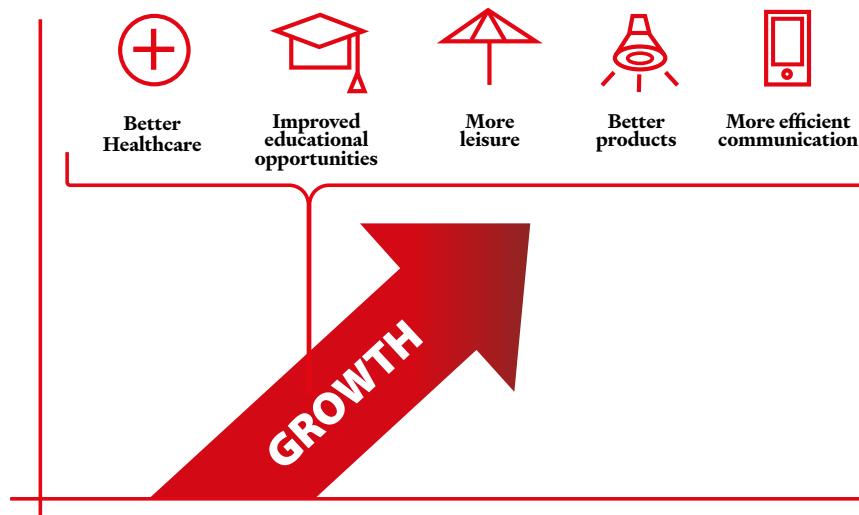
Die Geschichte des Stadtstaates Singapur ist ein lehrreiches Beispiel: Das rohstoffarme Land setzte in den 1960er und 70er Jahren auf Innovation zur Steigerung der Arbeitsproduktivität – durch die Einführung ➤

von Klimaanlagen. Wer schon einmal die unbarmherzige Hitze und die schwüle, tropische Luft dort erlebt hat, weiß: Produktive Arbeit war schlichtweg unmöglich. Die flächen-deckende Einführung der Klimaanlage in Büros und Fabrikhallen war daher keine Luxusentscheidung, sondern eine geniale strategische Investition. Sie beseitigte ein existenzielles, klimatisches Problem und steigerte die menschliche Arbeitsleistung signifikant. Die Stadt-väter von Singapur haben den Mut zur fundamentalen Disruption bewiesen: Singapur wurde zum Hochleistungsland.

Wachstum ist ein qualitativer Prozess, der den Mut erfordert, Altes durch radikal Neues zu ersetzen.

Das Rezept der Wirtschaftsnobelpreisträger 2025

Die theoretische Erklärung, wie aus



Die Faktoren, die ein gesundes und qualitativ hochwertiges Wachstum einer Gesellschaft bestimmen, sind: bessere Gesundheitsversorgung, bessere Bildungschancen, mehr Freizeit, bessere Produkte und eine effizientere Kommunikation. Der Motor, der all dem zugrunde liegt, ist die Innovation. ©Johan Jarnestad/The Royal Swedish Academy of Sciences

Quantität Qualität wird, liefern die Wirtschaftsnobelpreisträger 2025. Laut Philippe Aghion, Peter Howitt und Joel Mokyr ist qualitativ hochwertiges Wachstum heute jenes, das dauerhaft durch Innovation angetrieben wird und nicht nur zu quantitativer Vermehrung, sondern zu einer messbaren Verbesserung der Lebensqualität führt. Aghions und Howitts mathematische Modelle belegen: Kontinuierliche Innovationen verdrängen alte, ineffiziente Strukturen. Wachstum ist demnach ein qualitativer Prozess, der den Mut erfordert, Altes durch radikal Neues zu ersetzen. Joel Mokyr ergänzte dies mit seiner „Kultur des Wachstums“: Anhaltendes (qualitatives) Wachstum hängt von der kulturellen Offenheit einer Gesellschaft ab

– also ihrer Fähigkeit, Wissen systematisch zu teilen und praktisch anzuwenden.

Wie die KI das qualitative Wachstum potenziert

Auf Unternehmensebene gilt heute die strategische Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) als wichtigster Wachstumstreiber. Tech-Visionär Elon Musk meint: „Generative KI ist das leistungsfähigste Werkzeug für Kreativität, das je geschaffen wurde. Sie hat das Potenzial, eine neue Ära menschlicher Innovation auszulösen.“

Investitionen in KI zielen nicht nur auf Kostensenkung, sondern darauf, die menschliche Kreativität zu fördern und die Qualität der Wertschöpfung zu steigern. KI wirkt als Wachstumsbeschleuniger, der menschliche Fähigkeiten erweitert, repetitive Aufgaben automatisiert und Datenanalysen mit nie dagewesener Präzision beschleunigt.

Sie befreit beispielsweise den Analysten von stundenlanger Datensammlung, damit er sich auf die Entwicklung strategischer Lösungen konzentrieren kann. KI potenziert so das qualitative Wachstum, indem sie die Basis für hochwertigere Produkte und völlig neue Geschäftsmodelle schafft.

Wichtig ist: Der wahre Motor bleibt der Mensch. Die Aufgabe des Unternehmens ist es, die besten Voraussetzungen zu schaffen, damit Mitarbeiter (auch mit KI) ihre volle Kreativität entfalten und Innovationen vorantreiben können.

Individuell Wachsen: Anpassungsfähigkeit und Lernen

Und wie beeinflusst die KI unsere eigene Karriere? Auf persönlicher Ebene hängt Gedeihen nicht von statischem Wissen ab, sondern von



Joel Mokyr, Philippe Aghion und Peter Howitt erhielten 2025 den Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften für ihre Arbeiten zu innovationsgetriebenem, nachhaltigen Wachstum.

Illustrations Niklas Elmehed / ©Nobel Prize Outreach

dynamischer Anpassungsfähigkeit und Resilienz, d.h. Widerstandskraft. Da KI primär Routineaufgaben automatisiert, entstehen neue „Augmented Jobs“, in denen die Technologie unsere Kompetenzen erweitert. Individuelles Wachstum bedeutet, diese Werkzeuge zu beherrschen und das eigene Potenzial auszubauen.

Das schließt direkt an das Thema Lebenslanges Lernen an: Weil die Halbwertszeit von Wissen rasant schrumpft, zählt die Fähigkeit, kontinuierlich neue Kompetenzen zu erwerben, heute mehr als der formale Abschluss.

Anders gesagt: Ihre persönliche Resilienz und Ihre Offenheit entscheiden maßgeblich über Ihren Karriereweg. Henry Fords brachte es auf den Punkt: „Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.“

Was bringt uns die Zukunft?
Das globale Wirtschaftswachstum wird in den kommenden Jahren vo

“
Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.

raussichtlich moderat bleiben und ist geprägt von Unsicherheit und Handelshemmnissen. Die Prognosen des Internationalen Währungsfonds (IWF) für das Weltwirtschaftswachstum 2025 liegen bei etwa 2,8% bis 3,5%. Doch die

se nüchternen Zahlen erzählen nicht die ganze Geschichte. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) spiegelt nur einen Teil der Wertschöpfung wider, da es qualitative Faktoren wie den Nutzen des technologischen Fortschritts (z.B. kostenlose KI-Tools oder Qualitätssteigerungen) nicht erfasst.

Für das ökonomische Gedeihen ist das die Chance: Wir werden real also stärker wachsen, als es das BIP je zeigen könnte. Deshalb richten wir uns an neuen Maßstäben aus. Anstatt Wachstum allein am Umsatz festzumachen, rückt die Messung von (Lebens-)Qualität, Kundenzufriedenheit, geteiltem Wissen und Nachhaltigkeit in den Vordergrund.

Die strategischen Entscheidungen, die heute getroffen werden, zielen darauf ab, morgen besser, stabiler und resilenter aufgestellt zu sein. Das ist die wahre Kunst des Gedeihens. ■

Finanzielle Bildung ist eine Lebenskompetenz

Von der Planung zur Verantwortung, vom Bewusstsein zum Selbstvertrauen



Monica Adriana Parricchi

F

Finanzielle Kompetenz meint weit mehr als den richtigen Umgang mit Geld. Für Monica Adriana Parricchi, Universitätsprofessorin an der Uni Bozen, ist sie ein Schlüssel zu Selbstbestimmung, gesellschaftlicher Teilhabe und Verantwortungsbewusstsein – und sollte deshalb früh gelernt werden.

Professorin Parricchi, was verstehen Sie unter finanzieller Bildung – und warum bedeutet sie mehr als nur die Fähigkeit, mit Geld richtig umzugehen?

Parricchi: Finanzielle Bildung ist in erster Linie ein Prozess, der eine grundlegende Kompetenz vermittelt. Sie fördert wirtschaftliches Bewusstsein und aktive soziale Verantwortung. Nach der Sozialisierung in der Familie, in der die ersten Erfahrungen mit Geld gemacht werden, setzt die ökonomische Bildung an. Sie befähigt Menschen, bewusst am Alltags- und Gemeinschaftsleben teilzunehmen.

Damit dürfte sie grundlegend für die Demokratie sein.

Parricchi: Absolut. Kompetenzen in der Wirtschaft sind eine Form aktiver Teilhabe und eine Voraussetzung für Demokratie. Es ist ein Weg, verantwortungsbewusste und engagierte Bürgerinnen und Bürger hervorzu bringen.

Viele Menschen erkennen die Bedeutung finanzieller Bildung an, geben aber zu, wenig über Finanzen zu wissen. Woran liegt das?

Parricchi: Das hängt von mehreren Faktoren ab. Es gibt noch immer Vorurteile: Wirtschaft wird oft als trockene, zahlenlastige Materie wahrgenommen – und manchmal sogar als nicht geeignet für Frauen. Das führt zu einem geschlechtsspezifischen Gefälle. Außerdem zeigen die OECD-PISA-Daten von 2022, dass Jugendliche in Italien sehr wenig finanzielle Kompetenzen haben – wir liegen fast auf den letzten Plätzen.

Warum lohnt es sich, die eigenen finanziellen Kompetenzen gezielt zu stärken?

Parricchi: Weil man damit eines der Fundamente der eigenen Selbstständigkeit errichtet. Wenn Menschen lernen, wie man plant, Ressourcen verwaltet und alltägliche Verantwortung übernimmt, entwickeln sie grundlegende Fähigkeiten. So wie die bewusste Entscheidungsfindung.

All das führt zu Erwachsenen, die autonomer und sich der wirtschaftlichen und sozialen Dynamiken bewusster sind.

Gibt es noch weitere positive Effekte?

Parricchi: Eine gute finanzielle Bildung ermöglicht es, die größeren wirtschaftlichen Zusammenhänge zu verstehen. Man sollte das Thema Geld nicht verteufeln: Es geht darum, eine realistische und bewusste Haltung zu fördern, die sowohl auf materielles als auch auf kognitives und emotionales Wohlbefinden ausgerichtet ist.

Ist sie also auch für junge Erwachsene besonders wichtig?

Parricchi: Unbedingt. Wer in die Selbstständigkeit startet, muss wissen, wie man mit Ressourcen umgeht. In den nordischen Ländern wird Haushaltswirtschaft bereits in der Sekundarstufe unterrichtet. In Italien hält sich leider noch das Stereotyp, dass dies ein Frauenthema aus den 1950er-Jahren sei. Man sollte das Fach vielmehr für alle einführen.

Und im Berufsleben? Können solide Finanzkompetenzen die Karrierechancen verbessern?

Parricchi: Ja, auf jeden Fall. Wirtschaftlich-finanzielle Kompetenzen sind Querschnittskompetenzen: Sie beeinflussen Soft Skills, die Fähigkeit zu planen, Entscheidungen zu treffen und zu verhandeln. Wer in diesem Bereich gut ausgebildet ist, ist besser vorbereitet, selbstbewusster und wettbewerbsfähiger auf dem Arbeitsmarkt.

Welchen Rat würden Sie Eltern geben, die ihren Kindern schon früh eine gute finanzielle Bildung vermitteln möchten?

Parricchi: Zunächst einmal sollte man das Tabu brechen, in der Familie über Geld zu sprechen. Es ist wichtig, Kinder in alltägliche finanzielle Entscheidungen einzubeziehen, ihnen zu erklären, was Einnahmen, Ausgaben und Planung bedeuten. So entstehen die ersten Erfahrungen, die später zu Kompetenzen werden. Finanzbildung sollte immer Hand in Hand mit Verbraucherbildung gehen.

Was ist Ihrer Meinung nach der erste Schritt zu mehr finanzieller Selbstständigkeit?

Parricchi: Die eigene finanzielle Situation kennen. Wissen, wie man Einnahmen und Ausgaben unterscheidet, plant und unvorhergesehene Ereignisse berücksichtigt. Über Geld zu sprechen und sich zu informieren, ist entscheidend. Viele Familien sind verschuldet, weil sie kein Haushaltsbuch führen und zu viele Kredite anhäufen. Bewusstsein ist der erste Schritt zu wirtschaftlicher und persönlicher Freiheit. ■



Monica Adriana Parricchi

Monica Adriana Parricchi ist ordentliche Professorin für Allgemeine und Soziale Pädagogik an der Fakultät für Bildungswissenschaften der Freien Universität Bozen (unibz). Ihre Forschung befasst sich mit Nachhaltigkeit, Staatsbürgerschaft und Wohlbefinden aus pädagogischer und didaktischer Perspektive.



Wachstum in Italien und Europa

Positive Signale für die italienische Wirtschaft. Europa soll die inneren Hürden abbauen, um die Auswirkungen der Zölle aufzuheben.

D

Das moderate Wachstum in der zweiten Hälfte von 2025 gibt ermutigende Signale – und im kommenden Jahr an Tempo zulegen dürfte: Das ist der Stand der Dinge in der italienischen Wirtschaft. Das Bild der Lage zeichnete Minister Giancarlo Giorgetti im Rahmen einer parlamentarischen Anhörung anlässlich der Vorstellung des programmatischen Dokuments für die öffentlichen Finanzen.

2025: Das Wachstum in Zahlen

Auf ein annualisiertes Wachstum von +0,5% im ersten Halbjahr 2025 als Ergebnis eines konjunkturellen Anstiegs des BIP um +0,3% im Zeitraum Januar–März folgte ein leichter Rückgang (-0,1%) im zweiten Quartal. Im dritten Quartal 2025 zeichnet sich in der Industrieproduktion „wieder ein Aufwärtstrend ab“, erklärte Giorgetti.

„Der Umsatz im Dienstleistungssektor erholt sich langsam, das Vertrauen der Unternehmen und Verbraucher hat sich stabilisiert und die Beschäftigung wächst weiter – wenngleich mit geringerem Tempo als noch 2024.“

Für die zweite Jahreshälfte „deuten die jüngst erstellten Prognosen auf eine leichte Steigerung des quartalsweisen BIP-Wachstums hin“, ergänzte Giorgetti.

Allerdings wurde die jährliche Wachstumsprognose „unter Berücksichtigung der internationalen exogenen Variablen“ vorsichtshalber auf +0,5% festgesetzt, das sind 0,1 Punkte weniger als noch in der April-Prognose.

Das Wachstum im Jahr 2026

Für 2026 wird ein Plus von 0,7% erwartet, und zwar dank „Binnennachfrage, die vor dem Hintergrund einer positiven Entwicklung von Beschäftigung und Reallöhnen“ sowie eines leichten Anstiegs der Investitionen von einem stärkeren Konsumanstieg profitieren wird.

Und was ist mit 2027-28?

In Bezug auf die darauffolgenden zwei Jahre zeigen die Prognosen weitere +0,7% für 2027 und eine leichte Beschleunigung auf +0,8% im Jahr 2028.

Unbegründete Rezessionsängste

Die Rezessionsängste, die in der ersten Jahreshälfte wegen des Zollkrieges, den die neue US-amerikanische Verwaltung begonnen hat, entstanden sind, haben sich – vorerst – nicht bewahrheitet.

Blick nach Europa

Das bestätigte auch die Präsidentin der Europäischen Zentralbank (EZB), Christine Lagarde – selbstverständlich in Bezug auf die gesamte Eurozone: „Vor einem Jahr hätten viele noch geglaubt, dass die Erhöhung der amerikanischen Zölle von 1,5% auf 13% einen schweren negativen Schock auslösen würde“, erklärte sie. Dies sei jedoch zumindest teilweise ausgeblieben, mitunter weil die Europäische Union auf nennenswerte Vergeltungsmaßnahmen verzichtet habe.

Der Zollkrieg

Lagarde verwies zudem auf die noch ungenutzten Potenziale des europäischen Binnenmarktes, die sich durch Reformen und den Abbau von Hürden ausschöpfen lassen.

„In der Diskussion um die Zölle wird ein Aspekt häufig übersehen: Unser Binnenmarkt ist für den Handel weit aus wichtiger als der Weltmarkt“, erklärte sie. Ein Anstieg des Binnen-

handels im Euroraum um lediglich 2% würde ausreichen, „um den Exportverlust in die USA infolge der höheren Zölle auszugleichen“. Deshalb rief Lagarde dazu auf, „die in den jüngsten Berichten von Mario Draghi und Enrico Letta vorgeschla-

genen Reformen umzusetzen – insbesondere die Vereinfachung der belastenden Regulierung, die Vollendung des Binnenmarkts und den Aufbau eines echten europäischen Kapitalmarkts.“ ■

Paolo Paronetto – *Il Sole 24 ORE Radiocor*

Strategien für Unternehmenswachstum

Fusionen oder neue Produkte?

In der Geschichte der italienischen Wirtschaft mangelt es nicht an brillanten Beispielen von Wachstum, sowohl organisch (aus eigener Kraft) als auch anorganisch, sprich durch Zukäufe. Dabei kreuzen sich die beiden Wege zum Wachstum oft und markieren verschiedene Entwicklungsphasen derselben Organisation.



Erfolgsbeispiel Luxottica

Das ist bei Luxottica auch der Fall: Das Brillenunternehmen ist 1961 als kleines Labor in den Dolomiten bei Agordo entstanden und hat sein Produkt erneuert, indem es die Sehhilfe Brille zum Mode-accessoire weiterentwickelt hat. Aus der Fusion mit dem französischen Unternehmen Essilor entstand der Großkonzern EssilorLuxottica.

Die beiden Strategien von Ferrero

Zwei Wege zum Wachstum hat auch die Unternehmensgruppe

Ferrero beschritten, die sich über 50 Jahre lang ausschließlich aus eigener Kraft entwickelt hat. Unter anderem, indem sie auf eine Reihe von Erfolgsmärkten und -produkten setzte, um den italienischen und ausländischen Markt zu erobern, ehe die Muttergesellschaft von Nutella und der Kinder-Überraschungseier sich mit einer Reihe von gezielten Zukäufen weiter stärkte und zum multinationalen Unternehmen mit fast 50.000 Angestellten aufstieg. ■

Paolo Paronetto – *Il Sole 24 ORE Radiocor*

Die Bank als Plattform für persönliches Wachstum

Spark: frische Energie für die Generationen von morgen

S

Spark – eine Community, eine Marke und zwei physische Räume – vereint Bildung, Unterhaltung und Beteiligung, um Jugendlichen Finanzbildung und Werte wie Verantwortung und wirtschaftliches Bewusstsein zu vermitteln.

Die Initiative markiert den Übergang vom Modell der klassischen Filiale hin zu einem offenen Ökosystem, sowohl physisch als auch digital, in dem die Bank zu einer Plattform für Wachstum, Austausch und gemeinsame Werte wird. Wir haben mit dem Verantwortlichen der Direktion Business



ness Strategy & Development der Gruppe Sparkasse, **Stefano Borgognoni**, darüber gesprochen.

Wie verändert und erneuert sich das Image der Bank mit dem Start von Spark?

Borgognoni: Mit Spark erneuert die Gruppe Sparkasse das eigene Image und bekräftigt das soziale Engagement für beide Banken in der Region, Sparkasse und CiviBank: sie will die Bank einer Gemeinschaft sein, die die Sprache der Gegenwart spricht und ein Vertrauensverhältnis zu den jungen Generationen aufbaut. Die Initiative markiert den Übergang vom

traditionellen Modell einer Filiale zu einem offenen, physischen und digitalen Ökosystem, in dem die Bank zur Plattform für Wachstum, Austausch und geteilte Werte wird.

Spark ist der Startfunken der Veränderung: eine menschlichere und zeitgenössische Bank, die den Menschen nahesteht, und bewusst entschieden hat, Personen – insbesondere Jugendliche – in den Mittelpunkt der eigenen Strategie zu rücken.

Wie ist die Idee geboren? Welche Schritte führten zu ihrer Umsetzung?

Borgognoni: Spark entsteht als offe-



nes Ohr für die Jugendlichen und aus dem Wunsch heraus, gemeinsam mit ihnen neue Wege zu finden, um über den Umgang mit Geld, über Finanzen, über Zukunft und Chancen zu reden. Die Initiative ist das Ergebnis von einem internen Reflexionsprozess zur Rolle, die die Bank heutzutage im Leben der jungen Generationen haben kann und muss.

Aus einer Reihe von Treffen, Erhebungen und Gesprächen mit Jugendlichen unter 30 Jahren ist die Notwendigkeit hervorgegangen, Erfahrungen zu schaffen, die authentischer, zugänglicher und im Einklang mit dem heutigen Sprachgebrauch sind, und Räume zur Verfügung zu stellen, in denen man sich wiedererkennen und ausdrücken kann.

Daraus entstand Spark – eine Community, eine Marke und zwei physische Räume –, wo Bildung, Unterhaltung und Beteiligung aufeinandertreffen, um Jugendlichen



Finanzbildung und die Werte der Verantwortung und des wirtschaftlichen Bewusstseins zu vermitteln.

Gibt es schon erste Rückmeldungen nach dem Start der Initiative?

Borgognoni: Der Start der Initiative wurde sehr positiv aufgenommen: Enthusiasmus, große Neugier, ein deutliches Gefühl von Neuheit und eine breite Beteiligung unter Studie-

renden, jungen Arbeitskräften und lokalen Creators.

Die ersten Rückmeldungen bestätigen die Wirksamkeit der ausgewählten Kommunikationsform – authentisch, zeitgenössisch und an die Sprachregister der neuen Generationen angepasst – und zeigen, dass die Kombination aus physischen Räumen und digitaler Präsenz geschätzt wird. ☐

Die zwei Gesichter von Spark: physisch und digital



praktische Tools für einen bewussten Umgang mit Geld.

S

Spark ist für Jugendliche unter 30 gedacht und bestrebt, eine stabile und wertschöpfende Beziehung zu den Zielgruppen Alpha (Altersgruppe 0 bis 15 Jahre) und Gen Z (16 bis 30 Jahre) zu knüpfen und zu pflegen.

Die digitale Dimension: Webseite und Social-Media-Kanäle

Die digitale Dimension ist das Herzstück von Spark.

Die Webseite be-spark.it öffnet die Tore zu einem Ökosystem, das für Jugendliche konzipiert wurde: Hier finden sie Bankprodukte, die für sie gedacht sind, aber auch pädagogische Inhalte und Orientierungshilfen, Artikel, Videos und

Auf den Social-Media-Kanälen – insbesondere Instagram, TikTok und YouTube – spricht Spark eine einfache, direkte und visuelle Sprache, die Information mit Unterhaltung verbindet. Podcasts, Videos, Interviews und digitale Kurzformate sind die wichtigsten Erzählformen einer Geschichte, mit der Finanzen zugänglicher und realitätsnah gestaltet werden, wobei wirtschaftliches Bewusstsein als Teil der persönlichen Entwicklung gefördert wird.

Die physischen Räume Spark Space und Spark Studio

Die beiden Sitze in Bozen sind das pulsierende Herz des Projekts.

Spark Space in der Sparkassenstraße 16b ist ein Creative Hub, der Raum für Events, Ausbildung, Workshops und weitere Aktivitäten im Alltag der Community bietet.

Spark Studio am Waltherplatz 27 ist hingegen ein Raum, der – neben In-

formationen zu Produktinhalten – der Produktion und Verbreitung digitaler Inhalte gewidmet ist: Podcasts, Interviews und Videoformate erzählen die Geschichten, Projekte und Leidenschaften der Jugendlichen und verbreiten die Botschaft von Spark auch im Netz. Beide Räume sind als Ausstragungsorte für Veranstaltungen zu finanzieller Bildung, Workshops über Unternehmertum und Nachhaltigkeit, Orientierungsangebote und den Austausch mit Freiberuflern, Unternehmern sowie lokalen Institutionen konzipiert – und bilden damit den Anelpunkt für die Beziehung zwischen Bank und Jugendlichen. ■



Warum heißt es Spark?

Die Namensgebung SPARK knüpft an das englische Wort für „Funke“ an und ruft Konzepte wie Beginn, Energie, Innovation und Kreativität hervor – etwas, das Neues entstehen lässt und sich ständig weiterentwickelt. Das Design widerspiegelt die Werte und die Solidität der Marke Sparkasse und erinnert an Formen und Merkmale der Banken der Gruppe (Sparkasse und CiviBank) und versichert Kontinuität und Wiedererkennungswert, allerdings mit einem Ansatz, der stärker an der Bildsprache der jungen Zielgruppen ausgerichtet ist.



Evelyn Kirchmaier leitet das Dienstleistungsunternehmen Markas in Bozen, ist zweifache Mutter und begeisterte Freizeitsportlerin.

Persönliches Wachstum und lebenslanges Lernen

P

Persönliches Wachstum ist kein einmaliges Ereignis, sondern ein kontinuierlicher Prozess. In einer Welt, die sich rasant verändert, wird lebenslanges Lernen zur Schlüsselkompetenz – für Einzelne ebenso wie für Unternehmen. Evelyn Kirchmaier, Generaldirektorin von Markas, spricht darüber, wie sie selbst immer wieder neue Wege gegangen ist, welche Rolle Weiterbildung spielt und warum Resilienz und Disziplin entscheidend sind. ■

Sie sind vom Journalismus ins Management gegangen und leiten heute ein erfolgreiches Unternehmen mit mehr als 13.000 Mitarbeitenden. Gab es in Ihrer Karriere den einen entscheidenden Moment, in dem Sie am meisten gelernt haben?

Kirchmaier: Es gab sicher nicht den einen Moment, an den ich mich erinnern könnte, aber immer wieder

“

Weiterbildung öffnet den Horizont und schafft ganz nebenbei auch ein gutes Netzwerk.

prägende Erlebnisse. Ein roter Faden zieht sich jedoch durch meine Laufbahn: Ich hatte eigentlich immer Chefs – bei der Südtiroler Wirtschaftszeitung als Journalistin, bei der Südtiroler Sparkasse, wo ich Kommunikationsverantwortliche war, und auch bei Markas, dem Familienunternehmen meines Mannes, in dem ich seit mittlerweile 14 Jahren tätig bin – die mehr an mich geglaubt haben als ich selbst zu diesem Zeitpunkt und mir mehr zugetraut haben, als ich mir selbst. Dieser Vertrauensvorschuss und die damit verbundenen Aufgaben haben mir geholfen, schnell zu wachsen und zunehmend an Selbstvertrauen zu gewinnen – in mich und in meine Fähigkeiten.

Welche Wachstumsrolle spielt lebenslanges Lernen aus Ihrer Sicht, und wie integrieren Sie das in Ihren Alltag, trotz vollem Terminkalender?

Kirchmaier: Wer stehen bleibt – privat, vor allem aber beruflich – hat in



Persönliche Zielverfolgung: Beim 227 km langen Ötztaler Radmarathon gilt es, vier Passstraßen und 5.500 Höhenmeter zu überwinden.

einem sich ständig und mittlerweile schnell und entscheidend veränderten Umfeld schon verloren! Bei mir war und ist es so, dass ich im Laufe meiner Berufstätigkeit nach jeweils drei bis vier Jahren immer wieder das Bedürfnis verspürt habe, mich grundlegend weiterzubilden, um weiter wachsen zu können und die nächste Stufe auf meinem Weg zu nehmen. Konkret hat sich das so gestaltet, dass ich in diesen Abständen dreimal ein berufsbegleitendes Masterstudium absolviert habe und bei Bedarf zusätzliche technische Lehrgänge. Das ist nicht nur lehrreich, sondern öffnet den Horizont

über den Mikrokosmos des eigenen Unternehmens hinaus und schafft ganz nebenbei auch immer wieder ein gutes Netzwerk an neuen Personen, die an verwandten Themen interessiert sind wie ich.

Wie wird fachliches und persönliches Wachstum in Ihrem Unternehmen gefördert?

Kirchmaier: Bei Markas absolvieren unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jährlich nahezu 100.000 Schulungsstunden. Verpflichtende Weiterbildung, aber auch persönliche, freiwillige Kenntnisverweiterung sind entscheidend, damit wir als Organisa-

tion vorne mit dabei bleiben und wettbewerbsfähig in die Zukunft gehen. Alle unsere Angestellten können und sollen jährlich mindestens eine von ihnen gewünschte Zusatzausbildung absolvieren, die vom Unternehmen organisiert oder zumindest finanziert wird – die Auswahl und Dauer lassen wir dabei bewusst offen. Durch das persönliche Wachstum unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wachsen auch wir als Organisation. Davon sind wir überzeugt.

Haben Sie Rituale, die Ihnen bei wichtigen Entscheidungen helfen?

Kirchmaier: Grundsätzlich hilft mir Sport und Bewegung sehr, meinen Kopf frei zu bekommen, um Entscheidungen in Klarheit treffen zu können. Darüber hinaus habe ich bei schwierigen Entscheidungen oder bei solchen, bei denen ich dazu neigen würde, sie im Affekt zu treffen, die Regel, mindestens eine Nacht darüber zu schlafen. Die Nacht bringt Rat, und oft sieht man die Dinge am Morgen danach distanziert und klarer.

Welche konkreten Tipps können Sie an junge Menschen weitergeben, um in volatilen Zeiten eine hohe Resilienz aufzubauen?

Kirchmaier: Tun, was man liebt, einstehen für das, was einem wichtig ist, tolerant und offen bleiben, Rückschläge verkraften, aufstehen und weitermachen.

Wie gehen Sie damit um, wenn Führungsrollen mit Scheitern oder Rückschlägen verbunden sind?

Kirchmaier: Wo gehobelt wird, fallen Späne. Wer vieles leistet und etwas bewegt, dem unterlaufen rein statistisch gesehen auch Fehler. Das gilt für mich genauso wie für jeden einzelnen Mitarbeiter. Und manchmal macht man ähnliche Fehler sogar mehrmals. Für mich ist das

Entscheidende: Verantwortung übernehmen für das, was man getan hat. So wie man seine Erfolge für sich beanspruchen darf und soll, so muss man auch zu Fehlern stehen. In dem Moment, in dem man Verantwortung übernimmt für das, was man getan hat und was manchmal eben auch schiefgelaufen ist, setzt man sich viel bewusster mit dem Geschehen auseinander, kann durch diese Analyse vielleicht noch Schadensbegrenzung betreiben und es beim nächsten Mal auf jeden Fall besser machen.

Sie sind passionierte Rennradfahrerin und haben 2025 am Ötztaler Radmarathon teilgenommen. Woher beziehen Sie die Willenskraft und Disziplin, die es dafür braucht?

Kirchmaier: Grundsätzlich geht es

“

Durch das persönliche Wachstum unserer Mitarbeiter wachsen auch wir als Organisation.

immer um Prioritäten: Der Tag hat 24 Stunden, und selbst wenn ich zehn Stunden arbeite und acht Stunden schlafen, bleiben noch sechs Stunden Freizeit, über die ich verfügen kann. Mit der nötigen Organisation und Disziplin lässt es sich bewerkstelligen, die Zeit für ein bis zwei Stunden Training am Tag zu reservieren, zusätzlich zu den Wochenenden, wo längere Touren möglich sind.

Letztes Jahr habe ich mich auf diese Weise sechs Monate lang recht intensiv vorbereitet und bin den Ötztaler dann gewohnt langsam, aber problemlos geradelt.

Ohne die Unterstützung durch meinen Mann und das Verständnis meiner beiden Kinder und auch meiner Freunde wäre es wohl schwierig gewesen. So kann ich den Ötzi als eine einmalige Erfahrung abhaken, die ich strukturiert angegangen bin und auf die ich ehrlich stolz bin! ■



Markas

Evelyn Kirchmaier ist Generaldirektorin des Dienstleistungsunternehmens Markas GmbH mit Sitz in Bozen. Die Unternehmensgruppe hat mehr als 13.000 Mitarbeiter und Niederlassungen in Italien, Österreich und Deutschland. Als spezialisiertes Dienstleistungsunternehmen bietet es großen öffentlichen und privaten Institutionen wie Krankenhäusern, Seniorenheimen, Universitäten, Schulen und Hotels ein breites Leistungsspektrum an: von der Reinigung bis zur Gemeinschaftsverpflegung, von der Logistik zum Housekeeping.

► Zum Video-Interview



25 Jahre Innovation im Off-Highway-Bereich

Wie KI den Weg zu autonomen Spezialfahrzeugen ebnet

S

Seit 25 Jahren treibt TTControl das technologische Wachstum im Off-Highway-Sektor voran – und wächst dabei selbst stetig mit. Durch kontinuierliche Innovation in Elektronik, KI und autonomen Funktionen unterstützt das Unternehmen einen Markt, der immer komplexere und effizientere Maschinen fordert. Endanwender profitieren von diesem Fortschritt in Form von höherer Sicherheit, weniger Stress im Arbeitsalltag und einer deutlichen Steigerung der Produktivität.

TTControl entwickelt Steuerungssysteme und Bedienerschnittstellen für mobile Maschinen und Off-Highway-Fahrzeuge, die speziell für den Einsatz im Gelände abseits befestigter Straßen konzipiert sind. Erzählen Sie uns etwas über die Gründungsgeschichte und Ihren ersten Kunden.

Ferrari: TTControl entstand vor fünf- und zwanzig Jahren als ein Ableger



Roberto Ferrari, Geschäftsführer der TTControl GmbH

von MiCROTEC. Diese Herkunft verschaffte uns von Anfang an einen entscheidenden Vorteil: Bereits zu Beginn konnten wir mit einem bedeutenden Kunden zusammenarbeiten, der Firma Leitner aus Sterzing, damals im Bereich Pistenfahrzeuge tätig, heute Prinoth. Diese strategische Partnerschaft war ein grundlegendes Sprungbrett für unser Wachstum.

Wo sehen Sie die größten Alleinstellungsmerkmale gegenüber Wettbewerbern?

Ferrari: Im Elektronikbereich ist Innovation nicht nur wichtig – sie ist der Schlüssel zum Erfolg. Deshalb hat TTControl stets erhebliche Mittel in die Entwicklung neuer Produkte investiert und dabei auf modernste Technologien gesetzt. Unser En-

gagement für Innovation hat es uns ermöglicht, den Marktanforderungen immer einen Schritt voraus zu sein und Lösungen zu bieten, die wirklich einen Unterschied machen.

Welche Rolle spielen KI bzw. Machine-Learning gestützte Tools in Spezialfahrzeugen?

Ferrari: Seit mehreren Jahren sind wir Vorreiter bei der Einführung von Serienlösungen auf Basis von Physical AI für Spezialfahrzeuge. Unsere Kunden verlangen Hardware- und Softwareplattformen, die Assistenz- und Autonomiefunktionen gewährleisten und so die Sicherheit und Effizienz der immer komplexer werdenden Fahrzeuge steigern.

Mit unseren Systemen kann der Bediener bestimmte Funktionen an die Maschine delegieren, sich auf andere Aufgaben konzentrieren und sicher sein, dass der Arbeitsbereich des Fahrzeugs frei von Personen ist – für mehr Sicherheit und weniger Stress.

Vom Pistenfahrzeug bis zum Müllauto: Sie machen Spezialmaschinen smarter, sicherer und autonomer. Wie weit ist autonomes Fahren im Bereich Off-Highway?

Ferrari: Die Landwirtschaft hat am meisten von unseren Technologien profitiert, die auf Kameras und Automotive-Sensoren basieren: Effiziente Systeme für Aussaat, Bewässerung und Pflanzenschutz sind bereits fest etabliert.

Auch andere Märkte wie Bauwesen, Kommunalfahrzeuge (Feuerwehr, Müllabfuhr) und Hebe-technik sehen in unseren Lösungen eine Chance, Effizienz zu steigern, den Stress der Bediener zu reduzieren und die Sicherheit im täglichen Einsatz zu erhöhen.

Welche Wachstumsinitiativen verfolgen Sie aktuell und welche Mei-

lensteine planen Sie in den nächsten Jahren?

Ferrari: Die kontinuierliche Entwicklung von Hardware- und Softwareprodukten auf Basis von KI-Technologien ist für TTControl oberste Priorität. Wir verfügen bereits über marktreife Lösungen und weitere befinden sich im Prototypenstadium. FusionAI und MotionAI sind innovative Werkzeuge zur Implementierung von Physical AI-Systemen, und in diesem Bereich gehören wir zu den Marktführern. Die

dender Schritt für das optimale Management von Fahrzeugsteuerungssystemen.

Sie sind seit 25 Jahren an der Spitze des Unternehmens. Wie würden Sie Ihren Führungsstil beschreiben?

Ferrari: Die technologische Komplexität, der wir uns täglich stellen, erfordert vielfältige Kompetenzen und eine außergewöhnliche Motivation, die über die Branchenstandards hinausgeht.

Es ist essenziell, die richtigen Menschen in die richtigen Positionen zu bringen und sie zu motivieren – das ist die Quintessenz meiner Aufgabe. Nur so können wir die anspruchsvollsten Herausforderungen erfolgreich meistern.

TTControl hat rund 150 Mitarbeiter und will weiterhin wachsen. Welche Spezialisierungen sind derzeit besonders gefragt und welche Entwicklungsperspektiven können Sie jungen Leuten bieten?

Ferrari: In einem hoch technologisierten Unternehmen wie unserem, das sich auf die elektronische Steuerung von Spezialfahrzeugen spezialisiert hat, ist der Softwareentwickler eine besonders gefragte Fachkraft. Für den vollen Erfolg sind jedoch auch Kompetenzen im Projektmanagement, in der Cybersicherheit und im technischen Vertrieb unerlässlich: Nur ein multidisziplinäres Team kann exzellente Ergebnisse garantieren. ■

► [Zum Video-Interview](#)



Steuergerätefamilie TTC2000 steht für Flexibilität und technologische Vollständigkeit und ist ein entschei-

Wachstum nicht nur in Zahlen, sondern vor allem kulturell

C.D.A. – Die Geschichte eines verantwortungsbewussten Unternehmens im Herzen Friaul-Julisch-Venetiens



D

Die faszinierende Geschichte eines besonderen Familienbetriebs, der zum Vorbildeispiel für nachhaltiges und regeneratives Wirtschaften geworden ist. Ein langer Weg der kulturellen Entwicklung: Wir haben mit Fabrizio Cattelan, CEO von C.D.A., darüber gesprochen.

Welche Herausforderungen mussten Sie meistern, um das Wachstum des Unternehmens auf einem Markt im ständigen Wandel zu sichern? Welche Schlüsselstrategien haben dazu beigetragen, Ihr Geschäft zu expandieren und gleichzeitig ein starkes Engagement für Ethik und Nachhaltigkeit aufrechtzuerhalten?

Cattelan: In 50 Jahren Tätigkeit wurden wir mit tiefgreifenden Veränderungen in der Vending-Branche konfrontiert: von der Digitalisierung der Produktionsprozesse über neue Ansprüche im Konsumverhalten nach der Pandemie bis hin zum ökologischen Wandel.



Wir haben uns dafür entschieden, Innovation herbeizuführen, ohne dabei auf unsere Wurzeln zu verzichten, indem wir in Technologie und Ausbildung des Personals investiert haben. Unsere Strategien gründen auf Partnerschaften mit lokalen Herstellern, auf die Nutzung von smarten Sys-

“
Nachhaltigkeit ist ein Arbeits- und Lebensstil und nicht ein Ziel, das man erreichen muss.

temen zur Steuerung und Kontrolle von Automaten und auf eine Unternehmenskultur, die an Qualität, Verantwortung und Wohlbefinden der Personen, die Teil des Betriebs und dessen eigentliches Humankapital sind, orientiert ist. Das Wachstum von CDA lässt sich nicht nur an den Zahlen messen, sondern vor allem an der kulturellen Entwicklung: ein kontinuierlicher Ver-

besserungsprozess, der Menschen, Vertrauen und Regionales in den Mittelpunkt rückt.

Welche Grundwerte wollen Sie mit Ihrer Tätigkeit vermitteln und wie kommen diese im Unternehmensalltag zum Ausdruck?

Cattelan: Ein Benefit-Unternehmen zu sein bedeutet, das Engagement für Menschen, Umwelt und Gemeinschaft täglich in die Praxis umzusetzen.

Bei CDA glauben wir, dass Nachhaltigkeit ein Arbeits- und Lebensstil ist und nicht ein Ziel, das man erreichen muss. Aus diesem Grund investieren wir in betriebliche Welfare-Projekte,

ständige Aus- und Fortbildung, Reduktion der Umweltbelastung und die Umsetzung von Businessplänen, die sich positiv auf die Region und deren Einwohner auswirken.

Mit dem Payoff „Una Scelta Naturale“ („Eine natürliche Lösung“) fördern wir eine nachhaltige Konsumkultur, die auf Transparenz und Respekt aufgebaut ist.

Jede Entscheidung – vom Produkt bis zur Logistik – wird konsequent getroffen, um nachhaltige, geteilte Wertschöpfung zu schaffen, und zwar sowohl für jene, die mit uns arbeiten, als auch für das Gebiet, das uns als Unternehmen aufgenommen hat. ■

C.D.A. – Wer sind wir?

C.D.A. – Cattelan Distributori Automatici Srl Società Benefit – wurde 1976 in Talmassons (Provinz Udine) von Ambrogio Cattelan und seinem Partner Tomasin gegründet und ging im Laufe der Jahre vollständig in den Besitz der Familie Cattelan über. Heute beschäftigt das Unternehmen 80 Mitarbeitende, betreibt über 6.000 Verkaufsautomaten, zählt 2.500 aktive Kundinnen und Kunden (davon 650, die täglich bedient werden), verfügt über 40 Fahrzeuge und erzielt einen Umsatz von über 10 Millionen Euro.



Das Unternehmen ist Sponsor der Volleyball-Frauen Serie A „C.D.A. Volley Talmassons“. Sponsor ist auch CiviBank.

Wie engagiert sich C.D.A. im Volleyball und welche „Lehren“ ziehen Sie aus dem Sport für Ihr Unternehmen – und umgekehrt? Inwiefern sind diese Erfahrungen hilfreich für künftige Wachstumsziele?

Cattelan: Die Zusammenarbeit zwischen CDA und der Sportwelt, insbesondere mit CDA Volley Talmassons, entstand vor über 30 Jahren aus einer gemeinsamen Vision heraus: die Region durch positive Werte zu fördern.

Im Volleyball findet sich genau das, woran wir glauben – Teamgeist, Einsatz, gegenseitiges Vertrauen und kontinuierliches Wachstum. Was wir in der Halle lernen, übertragen wir

auf den Betrieb: unterschiedliche Personen zusammenarbeiten lassen, mit Herausforderungen umgehen und gemeinsame Ziele verfolgen. Dank des Frauenteams in der ersten Liga sind wir zu Botschafter von Friaul-Julisch-Venetien geworden und

verbinden Sport mit Unternehmen und Gemeinschaft. Beim Sport sind wir nicht nur Sponsoren, vielmehr geht es um eine Investition in regionales Humankapital – und mit derselben Energie bewegen wir uns in die Zukunft. ■



Fabrizio Cattelan

Fabrizio Cattelan ist der Geschäftsführer von C.D.A. Er wurde 1975 in Udine geboren und begann sehr jung im Betrieb als Automatenbefüller. Mit der Zeit sammelte er Erfahrungen in allen operativen Funktionen, ehe er die Leitung des Familienunternehmens übernahm. Im Zuge der vergangenen Jahre hat er einen tiefgreifenden kulturellen Wandel angestoßen und C.D.A. zu einem anerkannten Modell für nachhaltiges und regeneratives Wirtschaften gemacht. Er war Präsident des Vereins Anima Impresa (2013–2017) und Vizepräsident von Confindustria Udine (2017–2021) mit Zuständigkeit für Welfare und Corporate Social Responsibility (CSR). Derzeit ist er Mitglied von Confindustria Alto Adriatico mit Zuständigkeit für Nachhaltigkeit und Leiter der Warengruppe Lebensmittel „Eat Friuli“ im Handelsverband Confcommercio.

► Zum Video-Interview



Eine neues Team stellt sich vor

HUB AML Retail Banking – mehr Zeit für die Beratung der Kunden

Diese neue Einheit kümmert sich um eine Reihe von Tätigkeiten, die bisher direkt in der Filiale durchgeführt wurden. „Somit haben unsere Mitarbeiter/-innen in der Filiale mehr Zeit, die sie für die Beratung der Kunden widmen können,“ wie die Verantwortlichen der zwei Teams, Brien Rossi (Sparkasse) und Lorenzo Merloni (CiviBank) erklären. Kurzum, eine einzige Einheit mit zwei Teams, nach dem Motto „Getrennt marschieren, vereint schlagen“.



V.l.n.r. (hinten) Domenico Nicchiniello, Brien Rossi, Paolo Muccignato, Manuel Raffineri, Lorenzo Merloni, Sara Zilli und Karin Bacher, (Mitte) Silvia Lacaria, Silvia Tempestini, Patrizia Spoladori und Marcello Calogero, (vorne sitzend) Chantal Pfeifer und Andrea Gruber. Im Bild fehlen Daniela Manara und Giovanni Santini.

Das Team, das die 109 Filialen der Sparkasse betreut, besteht aus zehn Mitarbeiter/-innen, jenes, das die 64 CiviBank-Filialen unterstützt, besteht aus fünf Mitarbeiter/-innen.

Was bedeutet AML? Womit beschäftigt sich die neue Einheit? AML ist die Abkürzung für die englische Bezeichnung Anti-Money-Laundering, was

auf Deutsch „Geldwäschebekämpfung“ bedeutet. Das Hauptziel der neuen Einheit besteht also darin, die Filialen von den komplexen Aufgaben

im Bereich der Geldwäschebekämpfung zu „entlasten“. Die Einheit HUB AML Retail Banking. ■

Nachhaltigkeit

Gemeinsam wachsen durch Wissen: Infos für Unternehmen

Wissen und Weiterbildung spielen eine entscheidende Rolle für Unternehmen, wenn es um Nachhaltigkeit geht.

Deshalb haben Sparkasse und CiviBank in Zusammenarbeit mit den Expertinnen und Experten des Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit der Freien Universität Bozen eine Reihe von Informationsveranstaltungen für ihre Firmenkunden veranstaltet, bei den sieben Veranstaltungen im

Herbst 2025 standen folgende Themen im Mittelpunkt:

- Berichterstattung und neue EU-Vorschriften
- Verhältnis zwischen Bank und Unternehmen sowie das Kreditrisiko
- „Società Benefit“: Werte und Vorteile
- Förderfinanzierungen und Nachhaltigkeit

Für Informationen zu den kommenden Veranstaltungen stehen die Beraterinnen und Berater der Sparkasse-Gruppe gerne zur Verfügung. ■



Für unsere Landwirte

Drei wichtige Neuheiten

Seit kurzem gibt es in der Sparkasse eine neue Einheit, die auf die Beratung von landwirtschaftlichen Betrieben spezialisiert ist. Neben fachspezifischer Beratung bietet die Sparkasse jetzt auch spezielle Finanzierungslösungen für Landwirte.

In diesem Zusammenhang gibt es jetzt drei neue Produkte:

- landwirtschaftlicher Betriebsmittelkredit mit einer Laufzeit von 18 Monaten,
- landwirtschaftlicher Betriebsmitteldarlehen mit einer Laufzeit von 18 Monaten und mit einer Direktgarantie von Seiten der öffentlichrechtlichen Körperschaft Ismea (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare),
- unbesichertes Schuldenscheindarlehen (mutuo chirografario) gemäß dem sogenannten "Nuova Sabatini"-Gesetz mit Ismea-Direktgarantie.



Die beiden Betriebsmitteldarlehen sind 18-monatige Bullet-Darlehen, die bei Fälligkeit eine einzige Kapital- und Zinsrate für Betriebs- oder Liquiditätsbedürfnisse vorsehen, die über die 12 Monate hinausgehen, die bereits durch den Agrarwechsel gedeckt sind.

Das Bullet-Darlehen kann auch mit der Ismea Direktgarantie abgesichert werden und bietet daher besonders

interessante Vorzugsbedingungen. Mit dem Schuldenscheindarlehen „Nuova Sabatini“ mit Ismea Direktgarantie ergänzt die Sparkasse-Gruppe ein bereits bestehendes und bekanntes Produkt um die typische staatliche Garantie für den Agrarsektor mit allen Vorteilen in Bezug auf Preisgestaltung und Rückstellungen (RWA Risk-Weighted Assets, d. h. risikogewichtete Aktiva). ■

Werte

Sich um Kundinnen und Kunden kümmern

Starke Wurzeln, gemeinsame Zukunft – unser Einsatz für Werte und Inklusion, um gemeinsam zu wachsen:

Die Gruppe Sparkasse baut ihre Entwicklung auf solide Wurzeln und eine zukunftsorientierte Vision. Das Projekt Werte hat es ermöglicht, die Grundsätze zu definieren, die jede unserer Entscheidungen leiten: Wertschätzung für Menschen, Verlässlichkeit, Höflichkeit,

Keit, Innovation und Nähe zur Gemeinschaft vor Ort. Aus diesem Prozess ist der **Verhaltenspakt** entstanden – ein konkretes Zeichen für eine Unternehmenskultur, die im täglichen Handeln Umsetzung findet. Die Gründung der internen **Community** für unsere Mitarbeitenden und die Erlangung der **Zertifizierung für Gleichstellung der Geschlechter** (UNI PdR 125:2022) durch die Gruppe Sparkasse bestätigen unser Engagement für Inklusion und Gerechtigkeit. ■

Neue Anlagelösung

Renditepotenzial und langfristige Stabilität

Zukunftspläne zu schmieden bedeutet nicht nur, sich zu schützen, sondern auch die eigenen Ersparnisse schrittweise und mit Methode rentabel zu machen. Diese Vision steht am Anfang von Allianz Orizzonti di Investimento, die neue Lösung, mit der die breite Palette an Versicherungsangeboten der Gruppe Sparkasse noch erweitert wird, indem Renditepotenzial und langfristige Stabilität miteinander verbunden werden.



Dank der Möglichkeit, Unit-Linked-Fonds, die an die Entwicklung der Finanzmärkte gekoppelt sind, miteinander zu kombinieren, ermöglicht das Produkt das Erstellen individuell angepasster Investitionspläne. Der Ansatz ist modular: man kann mit einem überschaubaren Ratensparplan (PAC) starten, später zusätzliche Beträge investieren oder automatische Rebalancing- und Schutzfunktionen aktivieren, die den Kunden über den gesamten Marktzyklus hinweg begleiten. Diese automatischen Schutzmechanismen helfen, Marktphasen zu steuern und stellen einen wichtigen Mehrwert des Produkts dar.

Neu: Schutzmechanismen

„Defender“ ist ein Sicherheitsmechanismus, der sich bei starken Turbulenzen aktiviert: Wenn der Verlust auf den Fonds die gewählte Schwelle (10%, 15% oder 20%) überschreitet, wird das Kapital automatisch in einen vorsichtigeren Rentenfonds umgeschichtet. Anschließend greift der Mechanismus „Investimento Programmato“ („geplante Wiederanlage“), der das

Kapital schrittweise (4%, 6% oder 8% pro Monat) in die ausgewählten Unit-Linked-Fonds zurückführt und so einen geordneten, progressiven Wiedereinstieg in die Märkte unterstützt.

Benennung der Begünstigten kann jederzeit geändert werden, was ein hohes Maß an Flexibilität bei der Planung der Vermögensnachfolge ermöglicht.

Für Rentner

Für diejenigen, die bald in Rente gehen: die Möglichkeit, die erzielten Ergebnisse schrittweise zu sichern, das Risiko zu reduzieren und das gesammelte Kapital zu schützen – ohne vollständig auf zukünftige Chancen der Wertsteigerung zu verzichten.

Konkrete Vorteile

Mit Orizzonti di Investimento bietet Allianz eine lebenslange Anlagelösung. Hinzu kommen die gewohnten Vorteile von Versicherungslösungen: erleichterte Nachfolgeplanung, steuerliche Begünstigungen und Schutz des Kapitals bei unvorhergesehenen Ereignissen. Außerdem besteht die Möglichkeit, die Aufteilung der Anlage zu ändern, Einzahlungen zu erhöhen oder zu unterbrechen und zusätzliche Funktionen zu aktivieren. ■

Volatile Märkte

Welche Lehren lassen sich ziehen?

D

Das Jahr 2025 war von starken Schwankungen auf den Finanzmärkten geprägt. Auslöser waren der von Donald Trump begonnene Handelsstreit sowie - in deutlich geringerem Ausmaß - geopolitische Spannungen sowie der längste Shutdown in der Geschichte der USA.

Am 2. April 2025, dem sogenannten „Liberation Day“, präsentierte US-Präsident Donald Trump die sogenannten „reziproken“ Zölle, die ohne Ausnahmen alle Handelspartner mit Zollsätzen zwischen 10 % und 49 % treffen sollten.

Die heftigen Reaktionen der Märkte – die Wall Street brach innerhalb weniger Tage um über 12 % ein, während die Renditen der US-Staatsanleihen in die Höhe schossen – veranlassten die US-Administration jedoch, die Zollsätze über 10 % vorerst auszusetzen.

Mit der teilweisen Ausnahme Chinas ist es in der Zwischenzeit den wichtigsten Handelspartnern nach Monaten schwieriger Verhandlungen aber gelungen, eine Einigung mit den USA zu erzielen. Das Jahr 2025 war jedoch auch von einer Eskalation



Armin Weissenegger, Verantwortlicher Direktion Finance & Treasury
Präsident des Meetings Investments und Asset Allocation

der Spannungen im Nahen Osten geprägt. Diese gipfelten im Juni im „12-tägigen Krieg“ zwischen Israel und dem Iran, an dem sich die USA direkt beteiligt haben, mit dem Ziel, eine künftige nukleare Bedrohung auszuschalten.

Trotz all dieser außerordentlichen Ereignisse und der daraus resultierenden vorübergehend erhöhten Volatilität an den Finanzmärkten erwies sich 2025 erneut ein sehr positives Jahr. Die globalen Aktienmärkte legten beispielsweise zum Stichtag 28. November 2025 um 16,3 % in lokaler

Währung zu. Die gleichzeitige Aufwertung des Euro gegenüber den meisten Währungen, insbesondere aber gegenüber dem US-Dollar (+12,0 %) und dem Yen (+11,3 %), schmälert das Ergebnis für Investoren aus der Eurozone jedoch deutlich. Aus einem Kursanstieg von 16,3 % in lokaler Währung wird nämlich in Euro lediglich ein Plus von 5,8 %.

Künstliche Intelligenz

Aktien profitierten erneut von mehreren positiven Faktoren. Dazu zählen insbesondere die Euphorie zum

Thema Künstliche Intelligenz - besonders stark ausgeprägt in der zweiten Jahreshälfte 2025 -, aber auch über den Erwartungen liegende Unternehmensgewinne sowie die im September wiederaufgenommenen Zinssenkungen durch die US-Notenbank Federal Reserve (Fed).

1.000 Mrd. Investitionen

Europäische Aktien profitierten darüber hinaus noch von der Ankündigung Deutschlands, ein mehrjähriges Investitionsprogramm in Infrastruktur und Verteidigung im Ausmaß von bis zu 1.000 Milliarden Euro aufzusetzen. Dadurch wurde das Interesse internationaler Investoren geweckt, die einen Teil ihrer Anlagen nach Europa umgeschichtet haben.

Was lehrt uns das Jahr 2025?

Die Ereignisse im April 2025, als die Börsen innerhalb weniger Tage

um über 10 % und gegenüber den Höchstständen vom Februar 2025 um über 20 % einbrachen, unterstreichen einmal mehr die Bedeutung des richtigen Anlagehorizonts. Im Wissen, dass Volatilitätsspitzen zu den Aktienmärkten gehören und in der Regel auf lange Sicht auch entsprechend entlohnt werden, sollte man sich daher nicht allzu sehr von kurzfristigen Kursschwankungen beeinflussen lassen, wenngleich diese auch sehr heftig ausfallen können.

Die letzten 5, 10 und 20 Jahre

Die globalen Aktienmärkte haben in den letzten fünf Jahren (Stichtag 28. November 2025) in Euro um 14,2 % pro Jahr zugelegt (insgesamt beträgt das Plus 93,8 %), in den letzten zehn Jahren um 11,4 % pro Jahr (+195,6 %) und in den letzten 20 Jahren um 9,3 % pro Jahr (+494,1 %). In diesen Zeitraum fallen die

Große Finanzkrise im Jahr 2008, die Eurostaatsschuldenkrise ab dem Jahr 2010 sowie die Pandemiejahre ab 2020. Trotzdem konnte mit einem weltweit diversifizierten Aktiendepot ein Plus von 9,3 % pro Jahr erzielt werden, während sich das Anfangskapital versechsfacht hat.

Das Rezept gegen die Volatilität

Um volatilere Finanzmarktphasen unbeschadet zu überstehen, sollte das Depot aber möglichst breit über Anlageklassen, Regionen und Anlagestile diversifiziert werden.

Darüber hinaus sollte genügend Liquidität vorhanden sein, um unerwartete Ausgaben in den nächsten drei bis sechs Monaten bestreiten zu können. Wahrscheinlich auf mittlere Sicht anfallende Ausgaben sollten wiederum mit Anleihen mit einer vergleichbaren Restlaufzeit in Einklang gebracht werden. ■

Tabelle: Gesamtrendite (total return) in Euro über verschiedene Anlagehorizonte (Stand 30.11.2025)

Asset	Jährliche Durchschnittsrendite			Gesamtrendite		
	5 Jahre	10 Jahre	20 Jahre	5 Jahre	10 Jahre	20 Jahre
Globale Aktien	14,2%	11,4%	9,3%	93,8%	195,6%	494,1%
Staatsanleihen der Eurozone	-2,7%	0,1%	2,4%	-12,9%	0,7%	62,1%
Unternehmensanleihen in Euro	0,0%	1,4%	2,8%	0,2%	14,7%	73,3%
High Yield-Anleihen in Euro	3,5%	4,0%	5,9%	18,5%	47,3%	216,3%
Anleihen Schwellenländer in harter Währung	2,6%	3,1%	5,6%	13,8%	35,4%	199,4%
Inflation Italiens*)	3,6%	2,0%	1,8%	18,9%	21,6%	42,3%

*) Die letzten verfügbaren Inflationsdaten beziehen sich auf Oktober

DISCLAIMER:

Diese Veröffentlichung wurde von der Südtiroler Sparkasse AG verfasst. Die darin enthaltenen Angaben sind allgemein bekannt und stammen aus Quellen, die allgemein zugänglich sind. Das Dokument beruht auf Informationen, welche von Dritten stammen. Die Südtiroler Sparkasse erachtet diese als zuverlässig, übernimmt aber keine Gewähr für deren Vollständigkeit und Richtigkeit, da sie keine selbständige Überprüfung der Informationen vorgenommen hat. Hauptquelle für die Daten ist Bloomberg. Die Performance der Anlagen, sofern angegeben, bezieht sich auf die Vergangenheit. Die historischen Ergebnisse stellen keinen Indikator für die zukünftige Performance dar. Alle angeführten Angaben werden in gutem Glauben aufgrund der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung verfügbaren Informationen geliefert, können aber Änderungen, auch ohne Vorankündigung, zu jedem Zeitpunkt nach der Veröffentlichung unterliegen. Die Börseninformationen über Wertpapiere beinhalten in keiner Weise ein Urteil über die genannten Gesellschaften. Diese Veröffentlichung richtet sich an ein allgemeines Publikum und dient ausschließlich zum Zwecke der Information. Sie stellt weder eine Anlageberatung noch eine Aufforderung zum Erwerb oder zur Veräußerung von Finanzinstrumenten dar. Diese würden eine Analyse der spezifischen finanziellen Bedürfnisse des Kunden und seiner Risikoneigung erfordern. Jegliche Entscheidung ein Finanzgeschäft abzuschließen, beruht somit ausschließlich auf dem eigenen Risiko der Adressaten der vorliegenden Publikation. Ein Haftungsanspruch aus der Nutzung der angeführten Informationen wird ausgeschlossen. Eine inhaltliche Verwertung der Publikation, zur Gänze oder auszugsweise, ist nur mit Quellenangabe der Südtiroler Sparkasse AG zulässig.

Crowdfunding

Gemeinsam wachsen



Was bedeutet Crowdfunding? Es handelt sich um eine Finanzierungsform, bei der viele Menschen (die „Crowd“) über Online-Plattformen kleine Geldbeträge für ein Projekt spenden. Die Gruppe Sparkasse bietet dabei eine konkrete Unterstützung.

Sparkasse Crowd

Die Sparkasse bemüht sich, einen positiven Beitrag für die Entwicklung der Gesellschaft zu leisten.

Aus diesem Grund stellt sie ab 2025 – dank des erfolgreichen Vorbilds CiviCrowd – gemeinnützigen Organisationen die Plattform Sparkasse Crowd zur Verfügung: eine Crowdfunding-Plattform, die Vereinen hilft, ihre Projekte im Bereich Soziales mit

Unterstützung aus der Gesellschaft zu verwirklichen. Den Auftakt macht eine Kooperation mit der Stiftung Caritro. Gemeinsam wurde der Förderwettbewerb „Kultur und Sport für das Soziale“ um die Möglichkeit erweitert, Online-Spendenkampagnen zu starten.

Ziel ist es, Non-Profit-Organisationen praxisnahes Wissen in den Bereichen Fundraising und Kommunikation zu vermitteln und ihre Projekte langfristig tragfähig zu machen. Sparkasse stellt dafür digitale Tools und praxisnahe Schulungen zur Verfügung.

Dieser Förderwettbewerb richtete sich an Netzwerke von Vereinen mit Sitz in der Autonomen Provinz Trient. Neben den Förderbeitrag der Stiftung Caritro für die besten Projekte,

bietet die Sparkasse zusätzlich eine Kofinanzierung von bis zu 30% des Crowdfunding-Ziels und maximal 3.000 Euro.

Mehr als 45 Vereine nahmen an den Schulungen zum Crowdfunding teil und neun Projekte wurden von der Stiftung Caritro sowie der Sparkasse prämiert. Scannen Sie den QR-Code und besuchen Sie Sparkasse Crowd, um mehr über die Projekte und Initiativen zu erfahren und einen Beitrag zu leisten. ▶

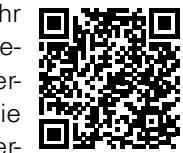


CiviCrowd

CiviBank, als Benefit Corporation („Società Benefit“) und im Sinne ihres statutarischen Auftrags, übernimmt bewusst Verantwortung für die Förderung von wirtschaftlichem, sozialem, kulturellem und ethischem Wachstum in den Regionen und der Gesellschaft ihres Tätigkeitsgebiets.

Nach dem Erfolg der ersten beiden Ausgaben lanciert CiviBank eine neue Edition von CiviCrowd FOR 2030: ein Förderwettbewerb, der gemeinnützige Vereine im Nordosten Italiens dabei unterstützt,

Crowdfunding als wirksames Instrument für nachhaltige Entwicklungsprojekte zu nutzen und echten Mehrwert für die Gemeinschaft zu schaffen. Um mehr über die verschiedenen Projekte zu erfahren, scannen Sie den QR-Code und erfahren Sie mehr über CiviCrowd. ▶



Der Palast erstrahlt wieder in altem Glanz

Sparkassensitz im historischen Palast im Zentrum von Trient renoviert

D

Die Geschichte unserer Sparkasse im Trentino beginnt 2004 mit der Eröffnung der ersten Filiale genau in Trient, der Hauptstadt nicht nur der Provinz, sondern auch der Region Trentino-Südtirol.



Die umfangreichen Restaurierungsarbeiten des gesamten Palazzo Sani begannen 2004, die Eröffnung des Trentiner Sitzes der Sparkasse verfolgte auch das Ziel, Trient ein historisches Gut zurückzugeben, das seit jeher der Stadt gehört und Teil ihrer Geschichte ist. Mit dem vor 20 Jahren gestarteten Restaurierungsprojekt wollten wir ein klares und nachhaltiges Zeichen setzen: unsere Bank ist gekommen, um zu bleiben. Wir sind nicht nur auf Durchreise. Heute, rund 20 Jahre später, bekräftigen wir diese Absicht und haben stark in die Erneuerung unseres Sitzes investiert und ihn an den neuen Anforderungen der Geschäftstätigkeit angepasst – mit modernen Konzepten für die Neugestaltung.

Der Palazzo Sani ist das größte Gebäude an der Manci-Straße, die ge-

meinsam mit der Rom-Straße dem Verlauf des „Decumanus Maximus“, der Hauptachse der alten römischen Stadt, folgt. Früher (bis 1850), als die Etsch noch ihren natürlichen Flusslauf nahm, verband die Straße das Herz der Stadt mit dem Flussufer. Ein Gebäude mit fast sechs Jahrhunderten Geschichte. Die Eröffnungsfeier bot auch die Gelegenheit, eine neue, wertvolle Publikation zur langen Ge-

schichte des Palastes vorzustellen – vom 16. Jahrhundert bis heute, mit den Geschichten der verschiedenen Eigentümer: von den Grafen Migazzi bis zu den Grafen Zambelli, von der Adelsfamilie in Prato bis zu den Adeligen Peisser.

Es handelt sich um eine limitierte Ausgabe, die anlässlich der Eröffnung den Kundinnen und Kunden als Geschenk überreicht wurde. ■

Wer rastet, der rostet

Die Wachstumsgeschichte des FC Südtirol

W

Wenn auch 30 Jahre für einen Verein vergleichsweise keine lange Zeit darstellen, so ist der FC Südtirol trotz seiner „Jugend“ eine Erfolgsgeschichte. Auffallend ist dabei, dass der Verein stetig gewachsen ist und immer wieder die Kraft hatte, nicht nur sportliche Rückschläge schadlos zu überstehen.

Hier eine kurze Chronologie der Erfolgsstory:

Von der Landesliga in die Serie D

Mit der Idee, in Südtirol eine Profi-Fußballmannschaft auf die Beine zu stellen, ist eine Gruppe von Unternehmern im Jahre 1995 dieses ehrgeizige Unterfangen angegangen und übernahm ein Stadtteil-Verein von Brixen, nämlich den SV Milland.

In seinem ersten Jahr bricht der FC Südtirol sämtliche Landesligarekorde. Als bislang einzige Mannschaft gewinnt der FCS die Meisterschaft ohne Niederlage.

Auch die regionale Oberliga ist nach einem Jahr abgehakt. Es folgt der Aufstieg in die Serie D.

Von der Serie D in die Serie C2

Bereits nach nur drei Jahren in der Serie D gelingt dem FCS der Sprung in den Profifußball: Nach dem Sieg der nationalen Amateurliga (Serie



Der historische Aufstieg in die Serie B.

D) feiert der FCS im Jahr 2000 den Aufstieg in die Serie C2. Mit dem Aufstieg in die Profiliga wird der FC Südtirol zum nördlichsten Profiverein Italiens. Zehn Jahre später feierten die Weiß-Roten den Aufstieg in die Serie C1, der dritthöchsten Liga auf gesamtstaatlicher Ebene.

Von der Serie C in die Serie B

2022 gewinnt die Mannschaft die nationale Serie-C-Lega-Pro-Fußballmeisterschaft und steigt in die Serie B auf, der zweithöchsten Profiliga Italiens. Ein weiterer Meilenstein in der Erfolgsgeschichte des FC Südtirol. Seitdem spielt die Mannschaft ununterbrochen in dieser Liga und nimmt auch an den Playoffs für den Aufstieg in die Serie A teil.

Das Wachstumsrezept

Heute kann man heute mit Fug und Recht behaupten, dass die Pioniere, die aus im Jahre 1995 einem Profiverein den Weg geebnet haben, großes Durchsetzungsvermögen und Weitsicht bewiesen haben.



Seit vielen Jahrzehnten ist die Sparkasse Sponsor des FC Südtirol.

In all diesen Jahrzehnten wurde die klare Vision der Gründer intensiv weiterverfolgt: den Fußball in unserem Land weiterzuentwickeln, ihn Schritt für Schritt auf professioneller Ebene zu etablieren und durch nachhaltiges, zielgerichtetes und unternehmerisches Handeln zu fördern. Eine wahrlich einzigartige Erfolgsgeschichte. ■



Von null gestartet und in nur 14 Jahren in die A1-Liga aufgestiegen: APU Udine Basketball

Eine atemberaubende Wachstumsgeschichte

APU Udine Basketball

D

Die Wurzeln von APU Udine Basketball greifen in der italienischen Basketball-Landschaft tief. Das Team steht als Symbol für Leidenschaft und Hingabe für die Stadt Udine und die gesamte Region Friaul-Julisch-Venetien – mit CiviBank an seiner Seite.

Im Laufe der Jahre hat das Team verschiedene Wachstumsphasen durchgemacht, den Sprung von den untersten Ligen zu Spitzenwettbewerben

auf nationaler Ebene geschafft und dabei einen starken Charakter entwickelt und eine leidenschaftliche Fangemeinde aufgebaut.

Momente großer Begeisterung und anspruchsvolle Herausforderungen prägten die Entwicklung der Mannschaft, die mit dem erneuten Aufstieg in die A1-Liga im Jahr 2025 einen Höhepunkt erlebte.

APU Udine blickt mit Ambition nach vorne und will sich als eine der solidesten und innovativsten Organisationen auf nationaler Ebene etablieren. Dafür stützt sich das Team auf die enge Verankerung in der lokalen Gemeinschaft und auf Partner wie CiviBank, die an das Potenzial dieser Mannschaft als Motor des Wachstums in Sport und Gesellschaft glauben. ■



Die Geschichte

APU steht „Amici Pallacanestro Udine“. Der Club wurde 2011 gegründet und führt das Vermächtnis des 1944 entstandenen Vereins fort. 1967 gelang der Aufstieg in die erste Liga; in der Folge bestritt die Mannschaft 25 Spielzeiten in der höchsten Liga, bevor sie 1992 in die zweite abstieg. APU startete 2012 praktisch bei null, arbeitete sich Stufe um Stufe wieder nach oben und erreichte 2016 die A2-Liga. Am 13. April 2025 stieg die Mannschaft in die A1-Liga auf.

Von der Kraft der Kunst

Günther Oberhollenzer über zeitgenössische Kunst, Leidenschaft und Vermittlung



Günther Oberhollenzer aus Pfalzen, Künstlerischer Leiter des Künstlerhauses Wien und Kurator von ANTLITZ, der Kunstausstellung und des Kunstdkalenders der Sparkasse.
Foto: Pia Sternbauer (Museum Angerlehner)

G

Gefühle und Neugier sind für den Zugang zu zeitgenössischer Kunst ebenso wichtig wie intellektuelle Analyse, sagt Günther Oberhollenzer aus Pfalzen, Künstlerischer Leiter des Künstlerhauses Wien und Kurator von Kunstaustellung und -kalender 2026 der Sparkasse. Ein anregendes Gespräch:

Herr Oberhollenzer, Sie leiten erfolgreich das Künstlerhaus in Wien und bewegen sich seit vielen Jahren

emotional, sinnlich und gesellschaftlich relevant zu vermitteln.

In Ihrem Buch „Von der Liebe zur Kunst“ gehen Sie der Frage nach, was Kunst ist und wie man sie vermitteln kann...

Oberhollenzer: Der Auslöser war die Liebe zur Kunst und der Wunsch, Berührungsängste abzubauen. Viele empfinden zeitgenössische Kunst als elitär. Ich möchte zeigen, dass ein offener, persönlicher Zugang genügt und dass Gefühle und Neugier ebenso wichtig sind wie eine intellektuelle Analyse.

Aus Ihrer Sicht: Lohnt es sich, in Kunst zu investieren – oder sollte man sie ausschließlich genießen?

Oberhollenzer: Man sollte Kunst kaufen, weil sie berührt, nicht wegen möglicher Wertsteigerung. Ihr eigentlicher Wert liegt in ihrer emotionalen und geistigen Kraft.

Private Sammlungen spielen aber eine wichtige Rolle, da öffentliche Institutionen heute oft unterfinanziert sind.

Wenn Sammeln aus echter Leidenschaft geschieht, kann es dem Gemeinwohl dienen. Über Wertsteigerungen darf man sich freuen – sie sollten aber nicht der Anlass für einen Ankauf sein.

Wie verändert die digitale Welt den Blick auf Kunst – und wie begeistert man Jugendliche dafür?

Oberhollenzer: Je digitaler unsere Welt wird, desto stärker wächst die Sehnsucht nach analogen, authentischen Bildern. Viele – auch Jugendliche – suchen wieder nach etwas Dauerhaftem und Geheimnisvollem. Entscheidend ist eine Vermittlung, die auf Augenhöhe arbeitet, Neugier weckt und Kunst erfahrbar macht. Darüber schreibe ich ausführlich in meinem Buch. ■



Fvg Orchestra heißt das international renommierte Orchester der Autonomen Region Friaul-Julisch Venetien.

Fvg Orchestra

Musik als Ausdrucksform kultureller Identität



von der Erhabenheit der klassischen Musik bis zu modernen, mitreißenden Klängen, die Menschen jeden Alters und Geschmacks bewegen und zusammenführen.

Die Unterstützung der CiviBank ist auf diesem Weg ein wertvolles Geschenk: Dadurch kann die Kunst der

Musik mehr Menschen erreichen, Barrieren überwinden und zu einem stärkeren, lebendigeren sozialen Gefüge beitragen. Musik ist nicht nur zum Zuhören da, sondern ein Motor kulturellen Wachstums, der tiefe Emotionen weckt und die Gemeinschaft zusammenführt. ■



Das Orchester

FVG Orchestra ist im Jahr 2019 auf Initiative der Autonomen Region Friaul-Julisch Venetien gegründet worden, um die bis dahin bestehenden verschiedenen Orchester zu vereinen.

Mittlerweile ist FVG Orchestra zu einem international renommierten Orchester aufgestiegen.

Einheit macht stark

Sparkassen aus ganz Europa zu Gast in Bozen

Ein internationales Treffen auf höchster Ebene fand in der Landeshauptstadt statt. Präsident Gerhard Brandstätter konnte als Gastgeber über 80 Vorstandsvorsitzende und Direktoren von europäischen Sparkassen begrüßen. Der Verband der Freien Sparkassen hielt seine jährliche Mitgliederversammlung in der Sparkasse Academy ab.

Ein besonderer Augenblick war die Verleihung einer hohen Auszeichnung an Präsident Gerhard Brandstätter: Er wurde zum Ehrenvorstand des Verbandes ernannt.



Im Bild v.l.n.r: Nicola Calabò, Gerhard Brandstätter, Tim Nesemann

(Präsident der Freien Sparkassen, Landeshauptmann Arno Kompatscher,

Evelyn Kirchmaier (Verwaltungsrätin der Sparkasse) und Carlo Costa. ■

Finanzbildung

Partnerschaft mit Schulen und Uni



V.l.n.r. Hauptschulamtsleiter Vincenzo Gullotta, CEO Nicola Calabò und Rektor Alex Weissensteiner.

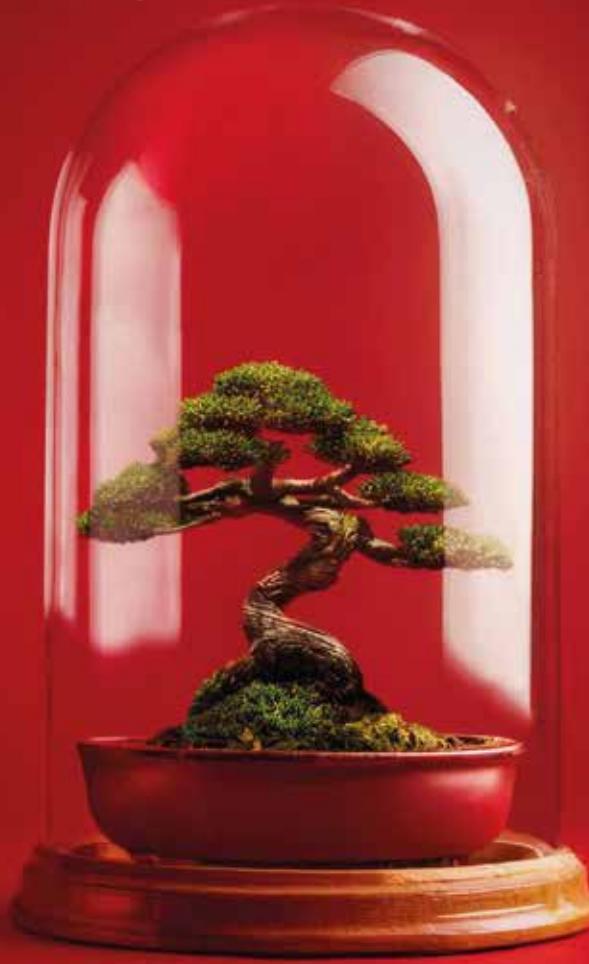
Sparkasse, Freie Universität Bozen und italienische Bildungsdirektion haben ein weitreichendes Partner-

schaftsabkommen unterzeichnet, um die Finanzkompetenz der Student/-innen in Südtirol zu stärken. ■

FEduF

Die Sparkasse ist seit kurzem Mitglied der Stiftung für Finanz- und Sparbildung FEduF (Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio). Diese wurde von der Bankenvereinigung Italiens ABI (Associazione Bancaria Italiana) gegründet. Dank dieser Partnerschaft kann die Sparkasse nun innovative Projekte zur Finanzbildung entwickeln.

Sparkasse und Allianz: Mehrwert für Ihre Kapitalanlage



Versicherungssparen

Mit den Produkten „Allianz Capitale Protetto“ und „Allianz Hybrid Investment“ bieten wir Ihnen Versicherungslösungen für Ihr Vermögen.

Powered by



sparkasse.it



SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO

Werbemittelung zur Verkaufsförderung. Bei den oben genannten Versicherungsanlageprodukten handelt es sich um Versicherungsprodukte von Allianz, die von der Sparkasse vertrieben werden. Vor Zeichnung lesen Sie sorgfältig die Informationsbroschüren, einschließlich der spezifischen Risiken, die mit den Finanzanlageprodukten verbunden sind, sowie die KIDs, erhältlich in den Filialen der Sparkasse und unter www.allianz.it.

GRUPPE SPARKASSE

 SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO Civi  Bank