

VOLKSBANK REPORT 2021

Das Geschäftsjahr
im Rückblick



Volksbank

INHALTS- VERZEICHNIS

4 / 5 Editorial

6 / 7 Kennzahlen

8 / 9 Regionalbank

10 / 11 Neuer Markenauftritt

12 / 13 Verwaltungsrat

14 / 15 Direktionsteam

16 / 17 Aktie & Nachhaltigkeit

18 / 19 Sponsoring

20 / 21 Bilanz & Gewinn-
und Verlustrechnung

22 / 23 Multikanalität & Meilensteine

Hinweise:

Mit „Kunde“, „Aktionär“ und „Mitarbeiter“ sprechen wir zwecks leichter Lesbarkeit im Textfluss gleichermaßen Frauen und Männer an.

Summen aus gerundeten Beträgen und Prozentsätzen können Abweichungen zu den Ergebnissen aus nicht gerundeten Daten aufweisen.

Die Angaben in dieser Broschüre stellen keinen Richtwert für die Zukunft dar.

Alle Daten zum 31.12.2021
Redaktionsschluss: 30.03.2022

Die Fotos in diesem Geschäftsbericht sind vor der Covid-19-Pandemie oder unter Einhaltung der entsprechenden Sicherheitsregeln entstanden.

Impressum

Herausgeber: Südtiroler Volksbank AG, Schlachthofstr. 55, I-39100 Bozen, Tel.: +39 0471 996111, www.volksbank.it, aktionaere@volksbank.it **Redaktion und Übersetzungen:** Sabine Pichler, Monica Birello (Team Corporate Communication/Marketing) **Konzept:** Exlibris/pigment.visuals **Fotos:** Klaus Peterlin, Colin Dutton, Oskar Da Riz

ALS SOLIDE REGIONALBANK SIND WIR:



WEITBLICKEND

Wir treffen Entscheidungen verantwortungsvoll und unabhängig und richten unser Handeln nachhaltig auf die Anforderungen der Zukunft unserer Gemeinschaft aus.

FÜREINANDER

Wir haben Freude am Austausch mit Menschen, kennen die Bedürfnisse unserer Kunden und legen großen Wert auf langfristige, sichere und vertrauenswürdige Beziehungen.

GERADLINIG

Wir sind pragmatisch, bieten Handschlagqualität und finden individuelle Lösungen auf Augenhöhe durch unsere Kompetenz und Professionalität.

WIR SIND EINFACH BEZIEHUNGSSTARK!

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

unsere Volksbank hat mit den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2021 endlich wieder zu alter Stärke zurückgefunden. Trotz der Einschränkungen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie konnten sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wieder zunehmend auf die Erbringung der Dienstleistungen für unsere Kunden konzentrieren. Wir bedanken uns bei allen Kundinnen und Kunden für das entgegengebrachte Vertrauen und für die gute Zusammenarbeit.

Unser Bemühen ist es, den Strategieplan „Sustainable 2023“ effizient und konsequent umzusetzen, damit unsere Volksbank für die Zukunft gut gerüstet ist. Der buchhalterische Wert der Aktie ist auf mittlerweile 16,9 Euro gestiegen. Dank der guten Arbeit aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kann der Hauptversammlung am 31. März 2022 wieder die Auszahlung einer Dividende vorgeschlagen werden.



LUKAS LADURNER

Präsident des
Verwaltungsrates

*Im Bild (v.l.n.r.): Vizepräsident Giuseppe Padovan,
Vizepräsident Lorenzo Salvà, Präsident Lukas Ladurner.*



ALBERTO NAEF

Generaldirektor

Die Volksbank hat 2021 sehr gute Ergebnisse verzeichnet, die ihr zu einer Spitzenposition unter den italienischen Geschäftsbanken verholfen haben. Die gute Rentabilität mit einer Eigenkapitalrendite von 9,4 % hat zusammen mit der verbesserten Kreditqualität und -effizienz die Fähigkeit zur Wertschöpfung und die Solidität der Bank weiter gestärkt. In der Phase des wirtschaftlichen Aufschwungs Italiens hat die Bank ihre Rolle als Motor für die Wirtschaft entschlossen wahrgenommen, war mit ihrer großen Unterstützung den Kunden im Einzugsgebiet immer nahe und hat diese stets unterstützt. Die Volksbank hat die Liquidität im Triveneto gefördert, indem sie mehr als 1 Milliarde Euro an Krediten für Familien und KMU in der Region ausbezahlt hat.

Die Bank hat das Produkt- und Dienstleistungsangebot für ihre Kundinnen und Kunden durch erweiterte Lösungen im Bereich der Transaktionen, Anlagen, Finanzierungen und Versicherungen weiter verbessert. Vor allem hat sie die Digitalisierung der Prozesse und den Einsatz der digitalen Unterschrift bei Produkten und Dienstleistungen vorangetrieben.

Wir werden unsere Ziele weiterhin mit der Ernsthaftigkeit, dem Weitblick und der Geradlinigkeit verfolgen, die uns auszeichnen und die unsere Stakeholder anerkennen und schätzen. Auch in Zukunft werden wir die Kunden begleiten, die unsere Werte teilen. Wir werden uns um das Territorium kümmern, in dem wir leben und arbeiten, und dabei immer an der Seite der Menschen stehen. Schließlich werden wir weiterhin aktiv dazu beitragen, die Gemeinschaft im Nordosten Italiens nachhaltiger zu gestalten.

KENNZAHLEN

Im Jahr 2021 konnte die Volksbank die erste Phase der Neuausrichtung der Bank mit einem sehr guten Ergebnis abschließen. Dies bestätigt die hervorragende Performance, welche auf die konsequente Umsetzung des richtungsweisenden Strategieplans „Sustainable 2023“ zurückzuführen ist.

über 1 Mrd.

neue Kredite an Familien
& KMU des Triveneto

über

70 Mio. Euro

Nettoergebnis

Total Capital Ratio (phased-in)

18,2 %

rund 
60.000

Aktionärinnen und Aktionäre

8

Provinzen

13,3

Mrd. Euro
Bilanzsumme

159

Filialen



Aufnahme von

102

neuen Mitarbeiterinnen
und Mitarbeitern

etwa die Hälfte davon
unter 30 Jahre alt

1.335

Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter



586

davon Frauen



749

davon Männer

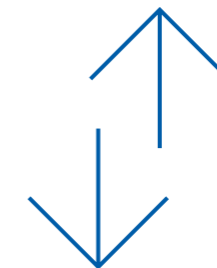


94,0

Mio. Euro
Kommissionsgeschäft

9,2

Mrd. Euro
direkte Einlagen



176,5

Mio. Euro
Zinsmarge

rund **280.000** Kundinnen und Kunden

DIE VOLKSBANK – VERANKERT IN 8 PROVINZEN

Gibt es auch immer mehr Möglichkeiten, mit der Volksbank digital in Kontakt zu treten, so bleibt die Filiale nach wie vor ein wichtiger Bezugspunkt. In den Geschäftsstellen vor Ort und den spezialisierten Beratungszentren schafft die Nähe zu Firmen- und Privatkunden einen bedeutenden Mehrwert. Im Juli 2021 eröffnete die Volksbank im Herzen von Vicenza eine neue Filiale – trotz der Tendenzen am Markt. Der weitere Ausbau der Präsenz in einem Ge-

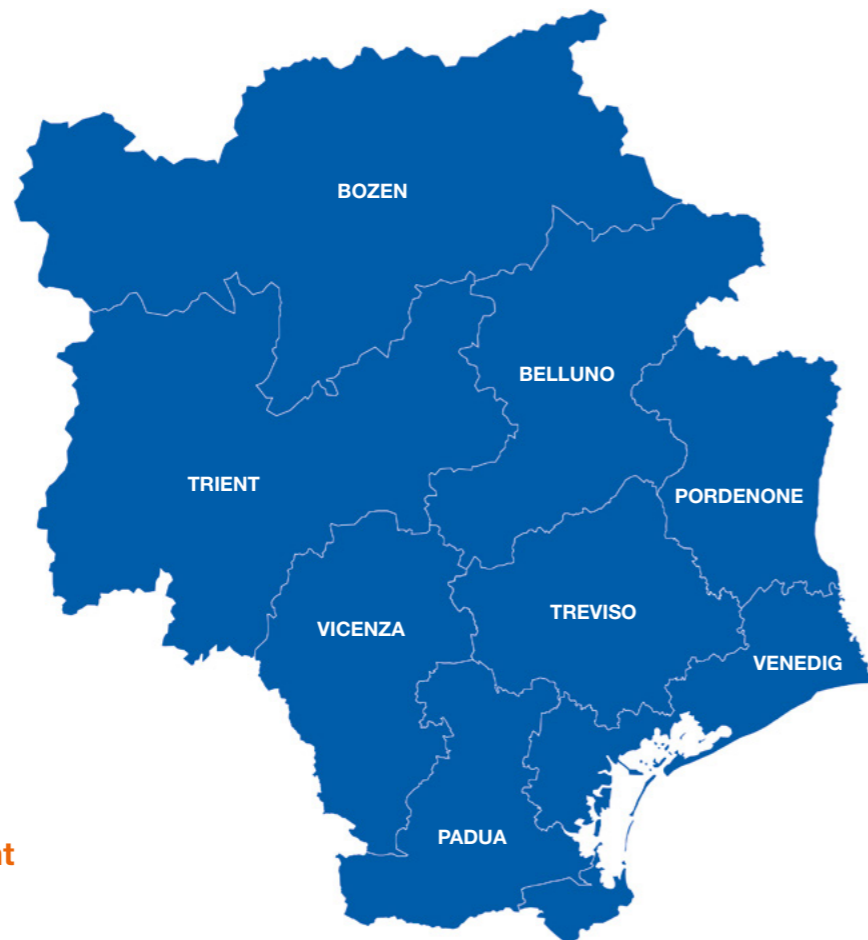
biet von historischer Bedeutung für die Volksbank entspricht dem Expansionsprojekt, das im Strategieplan verankert ist. Damit leistet die Bank zudem einen wichtigen Beitrag als Arbeitgeber im Territorium. Die Arbeiten an den neuen Filialräumlichkeiten wurden nach den Kriterien der Nachhaltigkeit und Energieeinsparung durchgeführt: Lokale Betriebe lieferten dafür hochwertige und umweltfreundliche Materialien, die geringe CO₂-Emissionen verursachen.

242.500
Privatkunden

31.400
Firmenkunden

6.300
Andere Kunden
(Vereine, öffentliche
Verwaltung etc.)

280.200
Kundenanzahl gesamt



KUNDENSTIMMEN

Ich habe die Volksbank als Finanzpartner gewählt, ...

„ ... weil sie dieselben Dienstleistungen wie nationale Großbanken bietet, aber die Verbundenheit mit dem Territorium und die persönliche Beziehung in den Mittelpunkt stellt.“

„ ... weil ich einen pragmatischen Partner an meiner Seite brauche, der mich bei der Realisierung meiner Träume und Projekte unterstützt und meine Werte teilt.“

GOLDSIEGEL FÜR DIE DIENSTLEISTUNGSEXZELLENZ DER VOLKSBANK IM VENETO

Im Jahr 2020 wurde die Volksbank vom Deutschen Institut für Qualität und Finanzen als beste Regionalbank Italiens im Kundenservice ausgezeichnet. Im Dezember 2021 hat dasselbe Institut der Bank das Goldsiegel für die Dienstleistungsexzellenz im Veneto verliehen.

Das Deutsche Institut für Qualität und Finanzen führt regelmäßige Umfragen zum Thema Dienstleistungsexzellenz durch und hat der Volksbank einen herausragenden Kundenservice in der Kategorie „Regionalbanken im Veneto“ bestätigt: mit der Auszeichnung „Italiens Beste – Dienstleistungssieger 2022“.

Die Studie beruht auf der unabhängigen Analyse einer Online-Befragung von rund 250.000 Kundinnen und Kunden, die in Bezug auf geografische Lage, Geschlecht und Alter repräsentativ für die italienische Bevölkerung sind. Dabei gaben die Befragten an, dass sie in den vorangegangenen 36 Monaten



einen „sehr guten“ Service erfahren hatten. Die Präsenz der Volksbank im Veneto als fest verankerte Regionalbank – und fünftgrößte Bank nach den vier nationalen Top-Playern – wird von den Kundinnen und Kunden sehr geschätzt.

VOLKSBANK UNTER DEN 500 „WORLD’S BEST BANKS 2021“ UND AUF PLATZ 3 IN ITALIEN

Im Frühjahr 2021 erhielt die Volksbank eine weitere Anerkennung: Sie wurde von Forbes in die Liste der 500 „World’s Best Banks 2021“ aufgenommen und erreichte in Italien Platz 3 unter den 30 bewerteten Banken.

Das Ergebnis basiert auf der unabhängigen Umfrage „World’s Best Banks“, die vom renommierten Wirtschaftsmagazin Forbes gemeinsam mit dem Statistik-Unternehmen Statista im Jahr 2020 in der dritten Auflage durchgeführt wurde.

An der Erhebung nahmen über 43.000 Verbraucherinnen und Verbraucher aus 28 Ländern teil. Bewertet wurden die allgemeine Zufriedenheit der Kundschaft und die Weiterempfehlungsrate für die Banken, mit

denen sie zusammenarbeiten, sowie die fünf Kriterien Vertrauen, Transparenz, Kundendienstleistung, digitale Services und Finanzberatung.



EIN NEUER MARKEN- AUFTRITT FÜR DIE VOLKSBANK

Die Marke Volksbank besteht aus mehr als nur einem Logo: Sie spiegelt unsere einzigartige Identität und Haltung wider, die wir in der Interaktion mit unseren Stakeholdern vermitteln wollen.

Am 11.11.2021 war es so weit: Die Volksbank präsentierte nach mehrmonatiger Arbeit ihren neuen Markenauftritt bei einer Pressekonferenz in Bozen. Das rundum erneuerte Design ist Ausdruck eines internen Entwicklungsprozesses. „Die Bank hat sich in den vergangenen Jahren verändert. Es war also ein guter Moment, um über unsere Identität nachzudenken“, sagt Generaldirektor Alberto Naef.

Die Volksbank hat eine lange Geschichte hinter sich. Aus der „Gewerblichen Spar- und Vorschusskasse“, 1886 von prominenten Meraner Bürgern gegründet, ging die damals erste Genossenschaftsbank in Südtirol als Vorläuferin der heutigen Volksbank hervor. Zu den 223 Gründungsmitgliedern zählten Handwerker, Ärzte, Kaufleute und Gastwirte. Fast zeitgleich mit der Gründung der Bank in Meran wurden auch in Brixen und Bozen „Spar- und Vorschusskassen“ gegründet. Am 1. August 1992 ging aus der Fusion der Volksbanken Brixen und Bozen die Südtiroler Volksbank hervor, im Juli 1995 kam die Volksbank Meran dazu. Am 1. April 2015 ist die Fusion mit der ehemaligen Banca Popolare di Marostica in Kraft getreten. Aus historischen Instituten in zwei Märkten ist eine moderne, innovative Bank geworden. Über all die Jahre hat die Volksbank Privat- und Geschäftskunden begleitet und einen festen Platz in der Südtiroler Wirtschaft und in den neuen Einzugsgebieten eingenommen.

„Wenn man schon so lange am Markt ist, dann ist es nur natürlich, dass man die eigenen Werte und das eigene Leitbild immer wieder mal hinterfragt und weiterentwickelt“, sagt Alexa Falk, Leiterin der Organisationseinheit Corporate Communication und Marketing sowie Projektleiterin für den neuen Markenauftritt.

Ausgangspunkt war der Strategieplan „Sustainable 2023“, den der Verwaltungsrat Ende 2020 genehmigt hat. Der Plan knüpft an die historischen Stärken der Volksbank an und stellt die Weichen, um die Bank in einem sich schnell verändernden Umfeld zukunftsstark zu machen. 20 Projekte wurden für die Umsetzung des Strategieplans ins Leben gerufen, eines davon ist die neue Markenstrategie mit der Überar-



beitung der Markenwerte und des Designs, das seit 20 Jahren keine Revision erfahren hatte.

„Nach dem Wechsel an der Spitze der Geschäftsführung und mit unserem innovativen Strategieplan schien die Zeit reif, um ein neues Kapitel aufzuschlagen und dies mit einem deutlichen Zeichen nach innen und nach außen sichtbar zu machen“, betont Falk. „Menschen stehen im Mittelpunkt unserer Tätigkeit. Unsere Markenkernwerte sind danach ausgerichtet: Wir sind eine Bank aus Menschen, für Menschen, mit Menschen. Der persönliche Kontakt und langfristige, vertrauenswürdige Beziehungen zu unseren Kundinnen und Kunden sind der Dreh- und Angelpunkt unserer täglichen Arbeit, auch wenn die Digitalisierung neue Kanäle eröffnet.“

Die Markenidentität wurde in bereichsübergreifenden Arbeitsgruppen, die einen Querschnitt der Volksbank-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter repräsentierten, in einem partizipativen Prozess entwickelt. Sowohl der deutschen wie der italienischen Kultur wurde Rechnung getragen. Die identitätsstiftenden Faktoren der Volksbank wurden zu den drei Markenkernwerten „weiblickend“, „füreinander“ und „geradlinig“ verdichtet. Die Bank möchte ihre Leistungen künftig noch konsequenter an diesen Werten ausrichten. „Eine Marke ist die Summe aller Leistungen eines Unternehmens und dahinter stehen nach wie vor die Menschen und ihre Kompetenzen“, unterstreicht Alexa Falk.



Schritt für Schritt: die grafischen Entwicklungsschritte hin zum neuen Volksbank-Logo

Die Arbeit des Verwaltungsrats 2021

„FÜR DIE ZUKUNFT GUT GERÜSTET“



MARGIT TAUBER

Verwaltungsrätin
Mitglied im Kreditausschuss

Seit 12 Jahren bin ich nun Mitglied im Verwaltungsrat der Volksbank und konnte in diesen Jahren eine spannende Entwicklung mitgestalten. Im Verwaltungsrat widmen wir uns strategischen und normativen Themen. In den letzten zwei Jahren war ich im Kreditausschuss tätig, der über die Finanzierungsgesuche von Unternehmen entscheidet. Dabei müssen wir stets abwägen, wie wir den Unternehmen ein gesundes Wachstum ermöglichen, zugleich aber die Risikolast für die Bank überschaubar halten können. Zudem sorgen wir hier dafür, dass die gesetzlichen Vorschriften und die von uns intern festgelegten Richtlinien eingehalten werden. Dies geschieht natürlich auch im Sinne der Aktionärinnen und Aktionäre der Volksbank.

Eine ganze Reihe von Themen bildeten im Jahr 2021 Schwerpunkte unserer Arbeit, von denen ich hier nur auf einige wenige eingehen möchte: Die Digitalisierung ist ein zentrales Thema, das im Strategieplan der Volksbank seit Jahren einen Schwerpunkt bildet. Die Digitalisierungsstrategie verlangt auch Inves-

itionen der Bank in die Datensicherheit und in die Entwicklung elektronischer Dienstleistungen. Ziel ist es, die Kosten der Bank zu minimieren, Prozesse zu automatisieren und sich dem Wandel der Zeit zu stellen.

Wer nun glaubt, dass die vom Verwaltungsrat angestrebte Digitalisierung und die Einführung von Online-Dienstleistungen automatisch zu einem Bürokratieabbau führen würden, den muss ich leider enttäuschen. Schon eine einfache Kontoeröffnung erfordert heute sehr viele Unterschriften – das ist aber den gesetzlichen Vorgaben geschuldet.

Wie viele Unternehmen stehen wir vor bzw. sind wir bei unseren Mitarbeitenden mitten in einem Generationswechsel, der unausweichlich ist, aber auch die Chance bietet, die Bank gut für die Zukunft aufzustellen. Deshalb haben wir im Verwaltungsrat mehrere Projekte im Bereich Organisationsentwicklung und Human Resources genehmigt, damit wir weiter engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für uns gewinnen und ihnen auch die Möglichkeit geben können, mit uns zu wachsen.

Des Weiteren konnte der Verwaltungsrat im vergangenen Jahr den neuen Markenauftritt der Volksbank verabschieden. Die Kampagne ist mit viel Energie, Herzblut und Engagement aller Beteiligten entstanden und scheint mir außerordentlich gut gelungen. Die Volksbank präsentiert sich sehr modern, bleibt aber weiterhin gut verankert in der Region und schaut innovativ und weitblickend in die Zukunft.

Die große und harte Arbeit wird von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Volksbank erledigt: Nur dank dieser Leistungen kann der Verwaltungsrat auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. So sind wir auch für die Zukunft – davon sind wir überzeugt – gut gerüstet!

Die Verwaltungsräte der Volksbank

„HINTER DEN KULISSEN DES ERFOLGS“

Wir sind eine Gruppe von Personen, deren Alter, Herkunft, Geschlecht und Kompetenzen unterschiedlich sind. Wir respektieren uns gegenseitig und schätzen das Positive und Gute, das jede und jeder von uns einbringt.

Unsere Arbeit verläuft eher im Hintergrund und wir führen sie stets mit großer Vertraulichkeit und Sorgfalt aus. Unser Engagement ist geprägt von über das ganze Jahr geplanten Sitzungen, aber auch vom steten Austausch von Ideen und Meinungen, die aufgrund unserer jeweiligen Expertise energisch und überzeugt vertreten werden, doch bleiben wir stets im Dialog. Wir haben uns auch in diesen letzten Jahren der Pandemie regelmäßig getroffen, obwohl wir gezwungen waren, dafür alternative Methoden zu nutzen. Dies hat unsere Arbeit aber nicht beeinträchtigt, wir konnten trotzdem exzellente Ergebnisse erzielen.

Es mangelt nicht an intensiven Auseinandersetzungen, an Anstrengungen und an Besorgnis, wenn wir komplexe und sich ständig verändernde Szenarien angehen müssen: Unsere Arbeit wird vom Präsidenten koordiniert und spielt sich in enger Zusammenarbeit mit dem Generaldirektor und seinen Mitarbeitern ab. Wir streben stets danach, das Beste für unsere Bank, die Aktionäre und Kunden zu erreichen.

Das große Engagement in diesen Jahren der Integration, Konsolidierung und Entwicklung hat zu den hervorragenden Ergebnissen des Jahres 2021 geführt, die der Verwaltungsrat und die Direktion der Bank mit besonderem Stolz verkünden konnten. Wir Verwaltungsratsmitglieder sind hinter den Kulissen dieses Erfolgs tätig, während die Bemühungen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Basis der guten

Ergebnisse bilden: Sie setzen sich anspruchsvolle Ziele, geben immer ihr Bestes und sind stolz darauf, Teil eines großartigen Teams zu sein. Ein Stolz, der uns trotz der schwierigen Zeiten, die wir erlebt haben und noch durchleben, mit Zuversicht und Optimismus auf die Ziele blicken lässt, die vor uns liegen. Nur so bleiben wir die Regionalbank, die wir sind – und stets beziehungsstark.



GIUSEPPE PADOVAN

Verwaltungsrat
Vizepräsident



Besondere Zeiten erfordern entsprechende Lösungen: Die Sitzungen des Verwaltungsrats und des Direktionsteams fanden auch 2021 stets termingerecht statt. Dabei war es nicht ausschlaggebend, wer physisch am Hauptsitz der Volksbank anwesend und wer per Video zugeschaltet war – die Zusammenarbeit und Beschlussfähigkeit waren stets gewährleistet.

DAS WORT DEN DIREKTOREN

Hinter jeder einzelnen Direktion der Volksbank stehen Menschen. Menschen mit Leidenschaft zum Gestalten, geleitet von Werten, die es der Bank erlaubt haben, eines der besten Geschäftsergebnisse ihrer Geschichte zu verzeichnen und ihre Position als einer der wichtigsten Bankakteure im Triveneto zu bestätigen.

”



Alberto Naef

Wir leben in einer Zeit großer Veränderungen, in der der ökologische Wandel uns vor neue Herausforderungen stellt und gemeinsame Anstrengungen aller Institutionen erfordert, einschließlich der Finanzinstitute. Wir sind der Überzeugung, dass Nachhaltigkeit ein wichtiger Hebel für Mensch und Umwelt ist und unsere Maßnahmen auch weiterhin einen Mehrwert für das Territorium darstellen. Zu unserer großen Zufriedenheit ernten wir bereits jetzt hervorragende Ergebnisse. Dies bestätigt die branchenübergreifende *ESG Evaluation* von Standard & Poor's, die die Volksbank mit 66/100 bewertet hat. Im Rahmen des Risk Managements haben wir auch gezielte Bewertungen aller Umwelt-, Sozial- und Governance-Faktoren vorgenommen, die einen Einfluss auf die Bank und ganz allgemein auf die Gemeinschaft haben können.



Stefan Schmidhammer

Die Basis unseres Tuns sind unsere Kunden und unsere Aktionäre. Durch ein gezieltes Beziehungsmanagement unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Belange der Menschen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen in den verschiedenen Gebieten unseres Aktionsradius ist es uns gelungen, Marktanteile dazuzugewinnen und in allen Zonen weiterzuwachsen. Versicherungen, Vorsorge und *Gestito*, sprich verwaltete Kundeneinlagen, waren 2021 die Schwerpunkte und werden auch künftig wichtige Themen bleiben. Auch in diesem Bereich erkennen wir ein steigendes Interesse unserer Kunden an Nachhaltigkeit, gerade wenn es um die Auswahl des richtigen Fonds für ihre Geldanlage geht. Sparpläne sind bereits mit kleinen Beträgen darauf ausgerichtet, langfristig ein wertvolles Polster anzusparen. Die Wahl fällt erfreulicherweise immer mehr auf Fonds, die in zukunftsfähige und auf der Grundlage ökologischer und sozial vertretbarer Kriterien agierende Unternehmen investieren.



Martin Schweitzer

In einem schwierigen Jahr ist es gelungen, Kerngeschäft, Rentabilität und Kapital zu stärken, so wie im Strategieplan vorgesehen. Die außerordentlichen Erträge aus dem Finanzgeschäft haben das beste

Ergebnis der Geschichte und eine gleichzeitige Risikoreduktion ermöglicht. Die Bank ist auf Inflation, Energietransformation und verändertes Zinsgefüge gut vorbereitet, um einen noch signifikanteren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Territoriums leisten zu können. Besonders freut mich, dass der von uns zurückgelegte Weg und Ausblick sowohl in die Finanz- als auch in die Nachhaltigkeitsbewertungen der Ratingagenturen eingeflossen ist.



Thomas Walter Kofler

Im Einklang mit den strategischen Ausrichtungen der Leitlinien für nachhaltige Kredite (*ESG Credit Framework*) unterstützt die Volksbank lokale Betriebe des Agrar- und Lebensmittelsektors unter anderem bei Investitionen in wirtschaftlich und ökologisch nachhaltige Lösungen. Dasselbe gilt für Unternehmen, die von traditionellen umweltschädlichen Energie- und Rohstoffquellen auf nachhaltige erneuerbare Quellen umstellen wollen (Stichwort Dekarbonisierung). Die Volksbank unterstützt ebenso Unternehmen, die die Einführung von Kreislauf-Produktionsprozessen vorantreiben, d. h. die darauf abzielen, kreislauffähige Produkte zu entwickeln, die Nutzungsdauer eines Produktes zu verlängern, den Rohstoffeinsatz und die Abfallmenge zu minimieren und innovative Produktions- und Konsummethode zu fördern. Ein Beispiel für gelungene Kreislaufwirtschaft: Einer unserer Kunden, ein Unternehmen aus dem Veneto, verwendet Abfälle aus der Verarbeitung von Getreide, Hülsenfrüchten und Saatgut und gewinnt daraus das Rohmaterial für die Verpackung, in der das Endprodukt vermarktet wird.



Georg Mair am Tinkhof

Wir sind überzeugt, dass die Qualität eines Dienstleistungsbereichs vor allem im Umgang mit den Menschen und im persönlichen Kontakt sichtbar wird. Die digitalen Technologien unterstützen uns dabei, die Beziehungen zu unseren Kundinnen und Kunden einfacher und kundenfreundlicher zu gestalten. Die Pandemie hat die Nutzung der digitalen Angebote der Bank beschleunigt, vor allem im Bereich des Mobile Banking (App) und des Zahlungsverkehrs, wo wir eine weitere starke Verschiebung Richtung kontaktloser Zahlungen über Karte oder Handy verzeichnet haben. Unsere Kunden nehmen erfreulicherweise auch immer mehr die Möglichkeit wahr, Verträge digital über unsere App zu unterzeichnen. Die papierlose Abwicklung von Bankgeschäften, die damit verbundene Korrespondenz und der digitale Austausch von Dokumenten sind sichtbare Schritte in Richtung Nachhaltigkeit. Mit der Digitalisierung geht leider auch eine stetige Zunahme der Cyberkriminalität einher. Die Volksbank investiert laufend in Maßnahmen zum stärkeren Schutz der Cybersicherheit und in vielseitige Schulungsinitiativen zum verantwortungsvollen digitalen Handeln. Ebenso werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Kundinnen und Kunden sensibilisiert, stets aufmerksam und wachsam zu bleiben.

“

VOLKSBANK-AKTIEN

Die hervorragende Performance der Volksbank, die sich bereits im ersten Halbjahr abgezeichnet hatte, hat sich mit dem Jahresergebnis 2021 bestätigt.

Mit einer Eigenkapitalrendite von 9,4 % liegt die Volksbank im Vergleich zu anderen italienischen Geschäftsbanken im absoluten Spitzenfeld. Das Kernkapital der Volksbank übersteigt die regulatorischen Anforderungen um mehr als 250 Millionen Euro und die harte Kernkapitalquote (*CET1 Ratio phased-in*) hat sich auf 15,7 % erhöht. Die Bank weist eine gestärkte Solidität auf und das Nettovermögen hat einen Zuwachs auf 816 Millionen Euro erfahren. Aufgrund des gestiegenen Vermögens beträgt – bei 50,5 Millionen Aktien im Umlauf – der buchhalterische Wert je Aktie 16,9 Euro. Dass sich der Preis der Aktie auf der Handelsplattform Hi-MTF im Segment Order

Driven jedoch weit unter diesem Wert bewegt, hängt mit den eingegebenen Aufträgen der Aktionäre selbst zusammen. Die Rahmenbedingungen, die in den vergangenen Jahren den gesamten Bankensektor belastet haben, wirkten sich negativ auf die Stimmung der Aktionäre aus. Gerade die Aktionäre haben einen ausschlaggebenden Einfluss auf die Entwicklungen auf der Plattform und bei der Auftragseingabe vonseiten der Aktionäre spielen neben den objektiven Fundamentaldaten vielfach psychologische Aspekte eine wichtige Rolle.

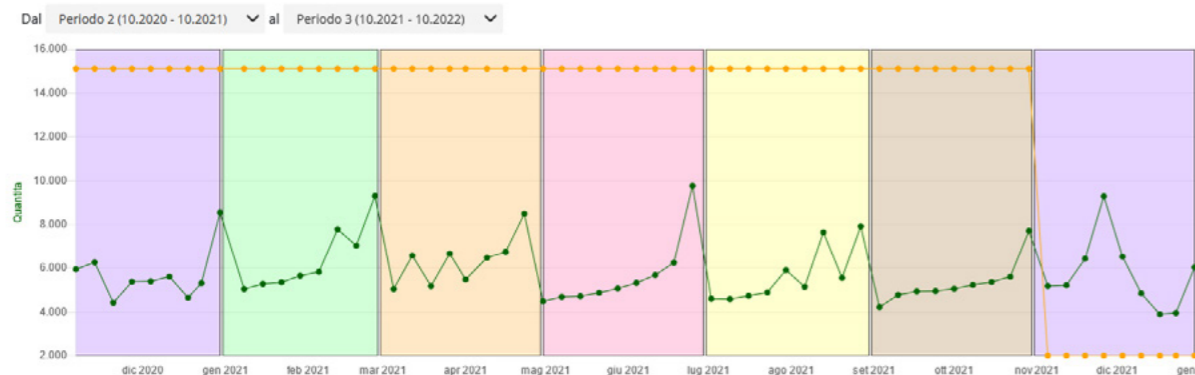
Gute Ergebnisse zu erzielen ist für die Bank das beständigste Mittel, um das Vertrauen der Anleger in das Unternehmen und in die Aktie zu stärken. Mit Vertrauen hängt es demnach auch zusammen, ob die erzielten Ergebnisse als Zeichen einer Chance gedeutet werden.



Statistische Daten – Volksbank-Aktie

Banca Popolare dell'Alto Adige S.p.A.

Dati statistici (IT0003458640)



Quelle: Hi-MTF

Das Hi-MTF-Reglement sieht vor, dass in jedem zwischenzeitlichen Zweimonatszeitraum das Mindesthandelsvolumen von 0,1 % der sich im Umlauf befindlichen Aktien (in unserem Falle 50.499) gehandelt werden muss, damit die Bandbreiten unverändert bleiben. Andernfalls wird die Bandbreite erweitert. Ziel ist es, dass Angebot und Nachfrage sich treffen können.

VOLKSBANK SCHAFFT MEHRWERT

Die gesellschaftliche Verantwortung der Volksbank als solide und tief verwurzelte Bank kommt bei der Unterstützung der regionalen Wirtschaft in verschiedenen Bereichen zum Ausdruck: in der Rolle als Kreditgeber, Arbeitgeber und Steuerzahler.

Die Bank stellt die laufende Weiterentwicklung ihrer Dienstleistungen für die Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeit. Die erzielten Ergebnisse setzen ein wichtiges Zeichen im positiven Fortschritt der Volksbank, der mit Entschlossenheit vorangetrieben wird. Sie bestätigen das Engagement in der Unterstützung von Familien und Unternehmen und ermöglichen es der Bank, eine noch aktivere Rolle für die Wirtschaft im Nordosten Italiens einzunehmen und alle Stakeholder im Einzugsgebiet – Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Lieferanten, Aktionärinnen und Aktionäre – zufriedenzustellen.

Bei all dem ist Nachhaltigkeit von großer Bedeutung und sie zeigt sich in allen drei Markenkernwerten:

- *Weitblickend* bedeutet, dass die getroffenen Entscheidungen darauf abzielen, die Umwelt zu schützen und zu erhalten und ethisch vertretbare Lösungen zu finden, um den derzeitigen und zukünftigen Bedürfnissen der Gesellschaft im Territorium gerecht zu werden.
- *Füreinander* betont den Austausch mit Menschen und die Schaffung verlässlicher und langfristiger Beziehungen im Einzugsgebiet, wo die Volksbank stark verwurzelt ist.
- *Geradlinig* zeigt sich die Bank im Bestreben, transparent zu agieren und eine Governance zu gewährleisten, die dazu beiträgt, die Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit zu erhöhen, mit der die Volksbank wahrgenommen wird.

Übersicht zur Verteilung des Mehrwertes*

	2021	2020
Mehrwert verteilt an Lieferanten	52.250	55.656
Mehrwert verteilt an Angestellte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	101.382	93.038
Mehrwert verteilt an Aktionärinnen und Aktionäre	28.998	0
Mehrwert verteilt an zentrale und periphere Verwaltung	42.527	21.515
Mehrwert verteilt an Gemeinschaft und Umwelt	643	603
Verteilter Mehrwert insgesamt	225.800	170.812

*Beträge in tausend Euro



Nichtfinanzielle Erklärung 2021 Dichiarazione di carattere non finanziario 2021

Hier finden Sie die nichtfinanzielle Erklärung: www.volksbank.it/de/investor-relations/bilanzen

*nur in italienischer Sprache verfügbar



Nachhaltigkeitsbericht 2021 Report Sostenibilità 2021

Hier finden Sie den Nachhaltigkeitsbericht: www.volksbank.it/de/bank/nachhaltigkeit

*nur in italienischer Sprache verfügbar

DIE VOLKSBANK ALS SPONSOR

In ihrer Tätigkeit als Sponsor unterstützt die Volksbank sportliche, kulturelle und soziale Aktivitäten. Die Förderungen sind ein Instrument, um Bildung, Wachstum, Engagement und soziale Zusammengehörigkeit im Dienste der Menschen im Einzugsgebiet zu stärken und zu entwickeln.



„STRONGER THAN YESTERDAY“

Tobias Brighenti, 1996 in Bozen geboren, ist Kapitän der Cavaliers Hockey Unterland, Gewinner der Coppa d'Italia 2021/2022. Im Interview verrät er, wie wichtig in diesem körperlich harten Sport auch die mentale Stärke ist.

Im Job wie im Sport kann man zwischendurch auch versagen. Wie gehst du mit persönlichen Niederlagen und Rückschlägen um?

Niederlagen und Rückschläge gehören im Sport zur Tagesordnung. Da die Zeit zwischen den Spielen ziemlich knapp ist, ist es sehr wichtig, richtig damit umzugehen. Wie im Leben gilt auch im Sport: „Lerne

aus deinen Fehlern“. Das ist ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung eines jeden Sportlers.

In diesem anspruchsvollen Sport geht es nicht nur um Kraft und Muskeln. Wie arbeitest du an deiner mentalen Stärke?

Mentale Stärke ist eine Grundvoraussetzung, um im Sport Erfolg zu haben. Vor allem im Profisport wird jeder kleinste Fehler bestraft und kann über Niederlage oder Sieg entscheiden. Daher ist es sehr wichtig, immer zu 100 % fokussiert zu sein und nicht den Kopf zu verlieren. Gerade große Aufgaben oder Ziele können uns stark behindern und einschüchtern. Beim Eishockey versuchen wir, unser großes Saisonziel in viele kleine Teilziele zu zerlegen. Bei uns gilt: Wechsel für Wechsel, Drittel für Drittel und Spiel für Spiel! (Anm. d. Red.: Ein Eishockeyspiel ist in drei Drittel à 20 Minuten aufgeteilt). Deshalb auch unser Motto bei den Cavaliers: „Stronger than yesterday“.

Machst du dir im Zusammenhang mit deinem Sport auch Gedanken über Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema. Im Eishockey direkt setzen wir uns nicht damit auseinander, wir Spieler persönlich denken aber sehr wohl an unseren ökologischen Fußabdruck: Spieler aus demselben Dorf bilden Fahrgemeinschaften zu den täglichen Trainings; bei Auswärtsspielen fahren wir meist mit Kleinbussen oder einem großen Bus. Die Ernährung spielt bei uns Sportlern eine wichtige Rolle, auch dort versuchen wir vor allem auf regionale und saisonale Produkte zu setzen.



SICH ZU HELFEN WISSEN IST EINE KUNST

Jasmine Rossini, 1992 in Bollate (MI) geboren, ist 1,80 m groß und spielt als Stürmerin im Volleyballteam Anthea Vicenza. Aus ihrer Erfahrung heraus sagt sie: Der Sport hat ihren Reifeprozess beschleunigt.

Im Sport wie im Beruf ist es nicht immer möglich, Höchstleistungen zu erbringen. Welche Bedeutung sollte auch den Niederlagen beigemessen werden?

Ich glaube, Niederlagen stellen uns auf die Probe, bei der Arbeit wie beim Sport. Natürlich freuen wir uns, wenn wir eine Höchstleistung erbringen, und fühlen uns angespornt, weiterhin das Beste zu geben. Doch Misserfolge geben uns die Chance, den richtigen Weg oder die richtige Entscheidung zu erkennen. In solchen Situationen begreift man, aus welchem Holz man geschnitzt ist. Meiner Meinung nach ist eine Niederlage die beste aller Lehren, weil sie die Gelegenheit bietet, sich selbst infrage zu stellen und zu verstehen, was man falsch gemacht hat: Dadurch kann man sich verbessern.

Wie hilft dir der Sport, besser mit dir selbst in Einklang zu kommen und bessere Ergebnisse im Beruf bzw. Studium und im Leben zu erzielen?

Sport setzt viel Opferbereitschaft voraus und ich muss zugeben, auf menschlicher Ebene hat mir der Sport sehr oft weitergeholfen. Ich muss mit Spielerinnen verschiedener Persönlichkeiten und unterschiedlichen Alters auskommen. Ich muss in meiner eigenen Art den Respekt der anderen gewinnen und

gleichzeitig so gut wie möglich mit dem gesamten Team zusammenleben. So bin ich schneller reif geworden. Wie meine Mutter immer sagt: Wenn man von zu Hause weggeht, muss man „die Kunst lernen, sich selbst zu helfen zu wissen“. Ich denke, das ist es, was ich für mein Leben mitnehme und was ich auch in meiner zukünftigen Arbeit einbringen werde.

Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit beim Training und bei der Ernährung?

Das Thema Nachhaltigkeit ist mir sehr wichtig. Seit einigen Jahren verzichte ich auf Plastikflaschen und benutze nur eine nachfüllbare Trinkflasche; ich freue mich, dass einige meiner Teamkolleginnen dasselbe tun. Wenn es um Lebensmittel geht, versuche ich so wenig wie möglich Produkte zu verwenden, die für die Umwelt schädlich sind. In dieser Hinsicht halte ich mich nicht für übertrieben umweltbewusst, aber ich denke, jeder sollte dazu beitragen, unsere Umwelt zu schützen, vielleicht auch nur durch überlegteres Einkaufen.

SPENDEN UND SPONSORING 2021

308.000 €

Stiftung „Fondazione Banca Popolare di Marostica Volksbank“

711.000 €

Sponsoring

223.000 €

Lokales Sponsoring

206.000 €

Spenden

1.448.000 €

Gesamtvolumen Spenden und Sponsoring

REKLASSIFIZIERTE VERMÖGENSBILANZ

Aktiva (in tausend Euro)	31.12.2021	31.12.2020
Forderungen gegenüber Banken	1.597.696	692.399
Forderungen gegenüber Kunden	7.495.896	7.408.186
a) Kredite an Kunden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	7.466.817	7.374.600
b) Kredite an Kunden zum Fair Value OCI und erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	29.079	33.586
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten	2.870.430	2.255.581
Finanzielle Vermögenswerte erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	93.730	104.513
Finanzielle Vermögenswerte zum Fair Value OCI bewertet	680.921	597.473
Beteiligungen	5.278	5.168
Materielle und immaterielle Vermögenswerte	151.031	160.226
- Vermögenswerte	133.401	141.219
- Nutzungsrechte	17.630	19.007
Steuerguthaben	149.630	171.756
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	4.408	15.544
Andere Aktiva	234.370	215.018
Summe der Aktiva	13.283.392	11.625.864
Passiva und Reinvermögen (in tausend Euro)	31.12.2021	31.12.2020
Verbindlichkeiten gegenüber Banken zu fortgeführten Anschaffungskosten	2.668.837	1.972.837
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden zu fortgeführten Anschaffungskosten und im Umlauf befindliche Wertpapiere	9.469.263	8.582.524
Zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Schulden	60	1.783
Finanzielle Schulden zum Fair Value benannt	-	-
Steuerverpflichtungen	18.805	27.046
Verpflichtungen in Verbindung mit zu veräußernden Vermögenswerten	-	-
Andere Passiva	256.878	242.572
Fonds für Risiken und Belastungen	37.537	35.040
- davon: Verpflichtungen und ausgestellte Garantien	7.631	6.109
Kapital	201.994	201.994
Rücklagen	557.566	543.935
Bewertungsrücklagen	2.376	2.118
Kapitalinstrumente	-	-
Gewinn (Verlust) des Geschäftsjahres (+/-)	70.076	16.015
Summe der Passiva und des Reinvermögens	13.283.392	11.625.864

REKLASSIFIZIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Posten der reklassifizierten Gewinn- und Verlustrechnung (in tausend Euro)	31.12.2021	31.12.2020
Zinsertrag	176.521	172.663
Kommissionsgeschäft	93.994	84.018
Erstertrag	270.515	256.681
Netto-Finanzergebnis	48.624	6.853
Andere Netto-Verwaltungserträge	2.088	1.941
Sonstige betriebliche Erträge	50.712	8.794
Betriebsergebnis	321.227	265.475
Personalkosten	(101.382)	(93.000)
Verwaltungsaufwand	(52.918)	(52.850)
Nettoergebnis der materiellen und immateriellen Vermögenswerte	(12.933)	(13.983)
Operative Betriebskosten	(167.233)	(159.833)
Operatives Geschäftsergebnis	153.994	105.642
Wertberichtigungen für Kredite an Kunden (netto)	(54.568)	(63.617)
Wertberichtigungen für andere Vermögenswerte und Passiva	(3.746)	(8.002)
Gewinne (Verluste) aus Abtretung von Beteiligungen und Investments	(271)	187
Steuer und Abgaben im Zusammenhang mit dem Bankensystem	(13.528)	(11.806)
Netto-Rückstellungen auf Fonds für Risiken und Belastungen	(3.430)	(1.302)
Ergebnis vor Steuern aus laufender Geschäftstätigkeit	78.451	21.102
Steuern auf den Ertrag	(8.376)	(5.084)
Gewinn (Verlust) des Geschäftsjahres	70.075	16.018

BANK- UND FINANZ- GESCHÄFTE ÜBER SÄMTLICHE KANÄLE

Was ist die Antwort auf die Frage nach Zeitersparnis und Bequemlichkeit? Multikanalität! Dabei handelt es sich nicht um ein Modewort, sondern es ist die Summe aus traditionellen Filialen und anderen,

auch digitalen, Kanälen. Die Volksbank tritt mit ihren Kundinnen und Kunden über verschiedenste Kontaktpunkte in Beziehung, die Ansprache bleibt dabei stets personalisiert und individuell.

CONTACT CENTER

181.400 Kundenkontakte
(Telefon + E-Mail)

Team Contact Center hat sich um **8** neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erweitert



NUTZUNG DER VOLKSBANK-APP



Aktivierungssystem Token:

105.045
Aktivierungen



Push-Mitteilungen:

83.054
Aktivierungen



Fingerprint/Face ID:

66.385
Aktivierungen

DIGITALE UNTERSCHRIFT



Die Online-Unterschrift wurde von **12.347** Personen aktiviert. Sie erleichtert das Unterschreiben von Dokumenten auf Distanz. Etwa **10.000** Dokumente wurden im Jahr 2021 bereits online unterschrieben.

WAS 2021 NOCH WICHTIG WAR

VOLKSBANK BRAND AWARENESS

Eine Befragung durch den Anbieter Totenext von 1.165 Privatkunden und 300 Firmenkunden im Veneto und Trentino ergab sehr gute Ergebnisse beim Bekanntheitsgrad und bei der Weiterempfehlungsrate unserer Bank. Die Volksbank liegt unter den ersten 3 bei BCS (*Bank Choice Score* – Tendenz, die eigene Bank als die beste zu wählen) und NPS (*Net Promoter Score* – Zufriedenheit, verknüpft mit der Wahrscheinlichkeit, ein Produkt/eine Dienstleistung anderen zu empfehlen).

VICTOR- UMFRAGE

Bei der „victor“-Umfrage im März 2021 war mit einem Rücklauf von knapp 19.300 Privatkunden und nahezu 2.300 Firmenkunden die Beteiligung so hoch wie nie. Dies garantierte sehr valide und belastbare Ergebnisse: gesteigerte Kundenzufriedenheit und hohe Nutzung der digitalen Kanäle. Auch die Zufriedenheit über die Volksbank-App hat sich von 56,5 % im Jahr 2018 und 51,7 % im Jahr 2019 auf 59,6 % im Jahr 2021 gesteigert.

VERWALTETE KUNDENMITTEL DEUTLICH GESTEIGERT

Im Laufe des Monats Juli 2021 konnte beim Kundengeschäftsvolumen erstmals die wichtige Marke von 20 Milliarden Euro überschritten werden.

STRATEGIEPLAN „SUSTAINABLE 2023“

Die konsequente Umsetzung des Strategieplans hat zu diesen herausragenden Ergebnissen geführt. Die Volksbank geht ihren Weg weiter in Richtung einer nachhaltigen Bank für Retail-Kunden sowie kleine und mittlere Unternehmen im Nordosten Italiens, die auf exzellente Kundenbeziehungen zählen können. Die herausragenden Leistungen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern den Antrieb dieses Transformationsmotors für die gesamte Wirtschaft im Einzugsgebiet.



zertifiziert
audit familieundberuf
certificato
audit famigliaelavoro

AUSZEICHNUNG BEIM AUDIT FAMILIEUNDBERUF

Im November 2021 hat die Volksbank die höchste Auszeichnung beim Audit familieundberuf erhalten. Neben Lösungen für die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert die Volksbank Karriereplanungen im Einklang mit den Lebensphasen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



*Collage aus den Fotos, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den internen Wettbewerb V-Challenge eingereicht haben.
Volksbank: eine Bank aus Menschen, für Menschen, mit Menschen.*