

TARGO  **BANK**

Jahresbericht 2015



Geschäftsjahr 2015:

höchster Gewinn seit Markenstart



führender Anbieter im deutschen Kreditkartenmarkt

erfolgreicher Start der TARGOBANK AUTOBANK

Ausgewählte Kennzahlen im Vergleich 2014/2015

TARGOBANK AG & Co. KGaA Bilanz und GuV-Kennzahlen HGB	2015	2014	Veränderung*
Bilanzsumme	14,12 Mrd. EUR	13,48 Mrd. EUR	+4,8 %
Kundenforderungen	10,75 Mrd. EUR	10,52 Mrd. EUR	+2,1 %
Ratenkreditvolumen	9,82 Mrd. EUR	9,58 Mrd. EUR	+2,5 %
Kundeneinlagen	12,21 Mrd. EUR	11,63 Mrd. EUR	+5,0 %
Depotvolumen	10,12 Mrd. EUR	9,49 Mrd. EUR	+6,7 %
Cost-Income-Ratio	60,1 %	68,3 %	-8,2 %-Punkte
Provisionsüberschuss	358 Mio. EUR	324 Mio. EUR	+10,5 %
Zinsüberschuss (inkl. lfd. Erträge)	990 Mio. EUR	806 Mio. EUR	+22,8 %
Verwaltungsaufwand	801 Mio. EUR	779 Mio. EUR	+2,8 %
Gewinn vor Steuern/nach Risiko- vorsorge	430 Mio. EUR	267 Mio. EUR	+61,0 %
Gewinn nach Steuern	347 Mio. EUR	251 Mio. EUR	+38,3 %

* Zahlen gerundet

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Jahr 2015 stand für die TARGOBANK ganz im Zeichen von Wachstum. Wir konnten dank umfangreicher Investitionen unseren kontinuierlichen Wachstumskurs erfolgreich fortsetzen und mit 430 Mio. Euro Vorsteuergewinn das beste Ergebnis seit dem Markenstart als TARGOBANK im Jahr 2010 erzielen.

Weitere Höhepunkte des Geschäftsjahres waren der Markteintritt unserer AUTOBANK, der Ausbau des Filialnetzes und der Neubau eines Bürogebäudes in Duisburg. Zusätzlich haben wir weiter in die Digitalisierung und Automatisierung unserer Produkte, Beratung und Services investiert. Wir wollen unseren Kunden über alle Kanäle passende und abgestimmte Lösungen in Echtzeit anbieten. Die TARGOBANK kombiniert die Vorteile einer Direktbank mit persönlicher Beratung und exzellentem Service in den Filialen und bei Kunden zu Hause.

Wir haben im vergangenen Jahr darüber hinaus viel geleistet. Das Retailgeschäft der VALOVIS Bank wurde erfolgreich in die Bank integriert. Wir zählen damit zu den führenden Kreditkartenemittenten in Deutschland.

Die TARGOBANK AUTOBANK kann für das erste Jahr am Markt eine positive Bilanz ziehen: Mit bundesweit 900 akquirierten Händler-Partnern haben wir unsere selbst gesteckten Ziele übertroffen und uns innerhalb kurzer Zeit als neuer Player auf dem Automarkt etabliert.

Die Investitionen in die Qualifizierung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie in die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen haben sich gelohnt: Die Kundenzufriedenheit ist weiter gestiegen. Darüber hinaus wurden wir 2015 zum neunten Mal in Folge als „Top-Arbeitgeber“ ausgezeichnet.

Dass das abgeschlossene Jahr trotz eines herausfordernden Marktumfelds so erfolgreich war, haben wir vor allem unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu verdanken.

Ich freue mich darauf, gemeinsam mit Ihnen und unserem Team die Bank auch in Zukunft zum Erfolg zu führen.

Ihre P. Laugel
7

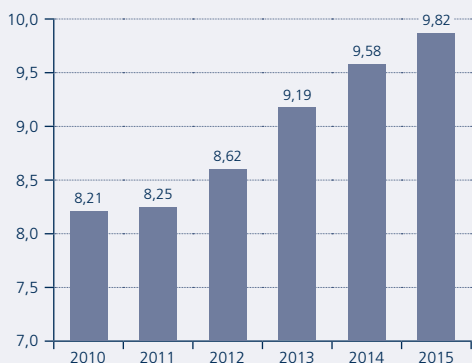


Pascal Laugel

*Vorstandsvorsitzender
TARGOBANK*

Auf einen Blick:

- **Ratenkreditvolumen:**
+2,5 % auf 9,82 Mrd. Euro
(Vorjahr 9,58 Mrd. Euro)
- **Direktgeschäft:**
+3,2 % auf 2,71 Mrd. Euro
(Vorjahr 2,63 Mrd. Euro)
- **Kundenforderungen:**
+2,1 % auf 10,75 Mrd. Euro
(Vorjahr 10,52 Mrd. Euro)

Ratenkreditvolumen in Mrd. Euro

Kreditgeschäft: Führungsposition gestärkt

Die Produktpalette der TARGOBANK umfasst fünf Bereiche: Konto und Karten, Sparen und Geldanlage, Schutz und Vorsorge, Vermögen und Wertpapiere sowie Kredit und Finanzierung.

Das Kreditgeschäft steht nach wie vor im Fokus der Geschäftsaktivitäten. Zum Kreditangebot der Bank zählen Ratenkredite, Dispositionskredite und Kreditkarten sowie Kfz-Finanzierungen. Im Berichtsjahr 2015 ist die TARGOBANK mit der AUTOBANK zudem in das Geschäftsfeld der Einkaufs- und Absatzfinanzierung für Kfz-Händler eingestiegen (siehe Kasten rechts).

Konsumentenkredite gestiegen

Wie in den Vorjahren hat das Konsumentenkreditgeschäft im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015 den größten Beitrag zum Jahresergebnis der TARGOBANK geleistet. Das Volumen der Ratenkredite stieg um 2,5 % auf 9,82 Mrd. Euro (Vorjahr 9,58 Mrd. Euro). Das Neukreditvolumen im Direktgeschäft legte um 3,2 % auf 2,71 Mrd. Euro zu (Vorjahr 2,63 Mrd. Euro). Die über Einzelhändler eingereichten Kredite in der Absatzfinanzierung (sogenanntes Einreichergeschäft) gingen leicht zurück: von 799 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2014 auf 734 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2015.

Insgesamt lagen die Kundenforderungen (Nettokundenkreditvolumen) mit 10,75 Mrd. Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr um 2,1 % über dem Vorjahresniveau (10,52 Mrd. Euro).

Die Kunden haben die von der TARGOBANK angebotenen Dispositionskredite sowie die Kreditkartenrahmen im Geschäftsjahr 2015 unverändert zum Vorjahr mit einem Gesamtvolumen von durchschnittlich 1,02 Mrd. Euro in Anspruch genommen.

Angebot bei Online-Krediten erweitert

Im Oktober 2015 startete die TARGOBANK den neuen Online-Kredit „Direkt-Geld“, eine innovative Lösung für kleinere Finanzierungswünsche von 100 Euro bis maximal 3.000 Euro. Der auf sechs Monate Laufzeit begrenzte Kredit richtet sich an Kunden mit kurzfristigem Liquiditätsbedarf, die dafür keinen Dispositionskredit beanspruchen oder einen längerfristigen Ratenkredit abschließen möchten.

Führend im deutschen Kreditkartenmarkt

Im Berichtsjahr hat die TARGOBANK das 2014 übernommene Retailgeschäft der VALOVIS Bank vollständig in ihre Systeme integriert und konnte somit ihre Führungsposition im Kreditkartengeschäft weiter ausbauen. Damit zählt die TARGOBANK zu den führenden Anbietern im deutschen Kreditkartenmarkt.

Neuer Player auf dem Automarkt

TARGO BANK

AUTOBANK

2015 startete die TARGOBANK AUTOBANK als ein wichtiger Baustein in der Wachstumsstrategie des Unternehmens. Damit ist die TARGOBANK erfolgreich in das Geschäftsfeld der Kfz-Einkaufs- und Absatzfinanzierung eingestiegen und positionierte sich am Markt als herstellerunabhängige („Non-Captive“) Autobank.

Mit über 900 überzeugten Händler-Partnern hat die TARGOBANK AUTOBANK ihre Ziele im ersten Jahr ihrer Geschäftstätigkeit übertroffen.

Im Mittelpunkt der Vertriebsstrategie stehen mittelständische Gebrauchtwagenhändler. Darüber hinaus kann die TARGOBANK AUTOBANK eine Vielzahl von herstelleregebundenen Markenhändlern zu ihrem Kundenstamm zählen.

Grundlage des Geschäftsmodells der TARGOBANK AUTOBANK:

- einfaches und übersichtliches Produktangebot
- effizientes und verlässliches Kredit-Management-System
- persönliche Händlerbetreuung und Schulungsangebote vor Ort



Ihre mehr als 90-jährige Erfahrung als Privatkundenbank im Bereich der Kredit- und Absatzfinanzierung hat die TARGOBANK mit der AUTOBANK somit erfolgreich auf die Kfz-Finanzierung ausgeweitet.

Auf einen Blick:

- **Kundeneinlagen:**
+5,0 % auf 12,21 Mrd. Euro
(Vorjahr 11,63 Mrd. Euro)
- **Depotvolumen:**
+6,7 % auf 10,12 Mrd. Euro
(Vorjahr 9,49 Mrd. Euro)
- **Girokonten:**
+14.613 Stück auf 1,09
Millionen

Kundeneinlagen in Mrd. Euro

Passivgeschäft: Bestand weiter ausgebaut

Im Passivgeschäft stiegen die Kundeneinlagen im Berichtszeitraum um 5,0 % auf 12,21 Mrd. Euro (Vorjahr 11,63 Mrd. Euro).

Die täglich fälligen Einlagen sind insgesamt um 10,4 % auf 8,78 Mrd. Euro (Vorjahr 7,95 Mrd. Euro) gestiegen. Die Anzahl der Tagesgeldkonten ist im Vergleich zum Vorjahr um 14.479 auf 262.536 Stück gestiegen (Vorjahr 248.057 Stück). Mit 3,73 Mrd. Euro lagen zum 31. Dezember 2015 insgesamt 188 Mio. Euro oder 5,3 % mehr auf den Tagesgeldkonten der TARGOBANK als im Vorjahr.

Vor allem die Produkte „Junior-Sparkonto“, „Doppelzins-Sparen“ und „Rendite-Sparkarte“ sorgten für eine positive Entwicklung im Spargeschäft: Das Volumen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 63 Mio. Euro auf 1,69 Mrd. Euro.

Insgesamt stieg die Anzahl der Girokonten bei der TARGOBANK im Berichtszeitraum um 14.613 Stück auf 1,09 Mio. Girokonten mit Einlagen über insgesamt 4,83 Mrd. Euro (Vorjahr 4,18 Mrd. Euro). Bei den Festgeldkonten ging das Volumen um 280 Mio. Euro auf 1,73 Mrd. Euro (2014: 2,01 Mrd. Euro) zurück.

Wertpapiervolumen steigt erstmals über 10 Mrd. Euro

Auch im Bereich Vermögen konnte die TARGOBANK den Bestand ausbauen: Das Wertpapiervolumen steigerte sich im Vergleich zum Vorjahr um 6,7 % auf 10,12 Mrd. Euro (Vorjahr: 9,49 Mrd. Euro) und hat damit erstmals die Marke von 10 Mrd. Euro überschritten. Dies war nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass die TARGOBANK seit 15 Jahren unabhängige Fondsberatung anbietet. Sie ist somit nicht an hauseigene Produkte gebunden. Bei der Auswahl und Bewertung der Fonds unterstützt sie die unabhängige Ratingagentur FERI.

TARGO Lebensversicherung bietet eine der höchsten laufenden Verzinsungen

Die Kunden der TARGO Lebensversicherung AG, exklusiver Versicherungspartner der TARGOBANK, profitierten im Berichtszeitraum von einer der höchsten laufenden Verzinsungen im Markt. Dank einer ausgewogenen Anlagestrategie sowie einer günstigen Kostenstruktur lag die laufende Verzinsung für Kapital- und Rentenversicherungen der TARGO Lebensversicherung 2015 bei 3,7 %.

Digitalisierung des Geschäftsmodells fortgesetzt

Die TARGOBANK kombiniert die Vorteile einer serviceorientierten Direktbank mit einer kompetenten Beratung in den Filialen oder beim Kunden zu Hause. Ziel ist, dem Kunden Produkte und Services in Echtzeit sowie ein einheitliches Kundenerlebnis über alle Kontaktpunkte und somit Selbstbestimmtheit und unabhängiges Banking zu jeder Zeit und von jedem Ort zu bieten. Um das zu erreichen, hat die TARGOBANK im Geschäftsjahr 2015 in die Weiterentwicklung der Multikanal-Strategie hin zum Omnikanal-Banking investiert.



Online-Kleinkredit

Mit dem „Direkt-Geld“ hat die TARGOBANK einen Online-Kleinkredit eingeführt, der eine innovative Lösung für Finanzierungswünsche von 100 bis 3.000 Euro bietet. Die komplette Kreditantragsstrecke ist dabei online möglich. Der auf sechs Monate begrenzte Kredit richtet sich an Kunden, die kurzfristig ihren Liquiditätsbedarf decken wollen, dafür aber keinen Dispositionskredit beanspruchen oder einen längerfristigen Ratenkredit abschließen möchten.

Online-Anlageplaner

Die Funktionen des Online-Anlageplaners wurden weiter verfeinert. Mithilfe eines sogenannten „Robo-Advisor“-Tools erhalten Anleger bei der TARGOBANK in nur wenigen Klicks einen ersten Vorschlag für ihr Wertpapierdepot. In nur drei Schritten erhalten Nutzer passend zum angegebenen Anlageziel eine Asset Allokation. Dabei kann der Kunde Investmentfonds, Vermögensmanagementfonds oder börsennotierte Indexfonds (ETFs) als Anlageform auswählen.

Online-Videolegitimation

Als erste deutschlandweit agierende Filialbank hat die TARGOBANK 2014 die Online-Videolegitimation eingeführt. Im Geschäftsjahr 2015 sind die Nutzerzahlen stetig angestiegen. Mittlerweile kann die Videolegitimation für den Online- und Telefon-Kredit, das „Direkt-Geld“, die Absatzfinanzierung sowie für Girokonten-, Depot- und Sparkunden angewendet werden. Sie dauert etwa fünf Minuten und erspart den Gang zur nächsten Postfiliale für ein Postident-Verfahren. Bei Online-Krediten wird mittlerweile fast jede fünfte Identifikation als Videolegitimation durchgeführt.



Für die Gemeinschaft:

- Der Verein Wundertaler spendete 2015 u. a. an die Stiftung Childaid Network.
- Mitarbeiter wie Lars Reitmeier (Foto o. r.) halfen in der Mindener Tafel aus.
- Olga Poltoratska-Schreiner (Foto darunter, 2. v. r.) unterrichtete in Düsseldorf Schulklassen als ehrenamtliche Wirtschaftstrainerin.

Nachhaltig denken, verantwortlich handeln

Engagement und Verantwortung sowie umweltbewusstes Handeln gehören seit jeher bei der TARGOBANK zur Unternehmenskultur. Das beweisen die Mitarbeiter in vielseitigen Projekten und Programmen, die größtenteils in der TARGOBANK Stiftung gebündelt werden.

Fit für die Wirtschaft

Mit dem Programm „Fit für die Wirtschaft“ setzt sich die TARGOBANK für die Bildung von Schülern ein. Mitarbeiter vermitteln als ehrenamtliche Wirtschaftstrainer in der 8. und 9. Klasse Grundlagen des Finanzwissens. Seit 2003 lernten bereits mehr als 45.000 Schüler den verantwortungsvollen Umgang mit Geld.

Wundertaler e.V.

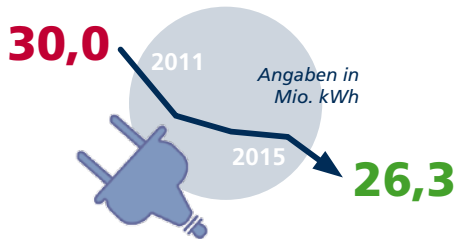
Der Verein Wundertaler e.V. wurde 2008 von Mitarbeitern der TARGOBANK gegründet. Heute beteiligen sich rund 3.500 Mitarbeiter, indem sie die Cent-Beträge ihres monatlichen Gehalts spenden. Die TARGOBANK verdoppelt den Betrag. So kamen allein 2015 rund 45.000 Euro zusammen. Das Geld geht an ausgewählte humanitäre Projekte und Vereine, die Kinder und Jugendliche auf der ganzen Welt unterstützen.

Freiwilligentag

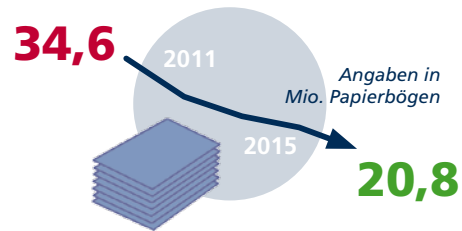
Die TARGOBANK gibt ihren Mitarbeitern einen Tag pro Kalenderjahr frei, damit diese sich bei

Verbrauch von Strom und Papier sinkt bei der TARGOBANK seit 2011

Strom: Der Energieverbrauch in allen Gebäuden der TARGOBANK wird von Jahr zu Jahr gesenkt. Allein der Primärenergiebedarf des TARGOBANK-Quartiers in Duisburg liegt mindestens 15 % unter den Vorgaben der Energieeinsparungsverordnung.



Papier: Mit der Umstellung auf die papierlose Bank geht die Digitalisierung der Kundendaten einher. Der Wegfall der Aktenarchivierungen lässt nicht nur den Arbeitsaufwand der Mitarbeiter sinken, sondern schont gleichermaßen Umwelt und Ressourcen.



einer gemeinnützigen Organisation engagieren können. So nutzten Mitarbeiter den „Freiwilligentag“, um beispielsweise bei den Tafeln auszuhelfen.

Schuldenhelpline e.V.

Mit finanzieller Unterstützung der TARGOBANK Stiftung bietet die Schuldnerhilfe Köln e.V. ein Beratungsangebot für Menschen in finanzieller Not. Die Anliegen eines Großteils der Hilfesuchenden (rund 70 %) können direkt im ersten Gespräch geklärt werden. Seit dem Start des Angebots im November 2006 konnten mehr als 20.000 Menschen bundesweit per Telefon oder E-Mail beraten werden.

Verbrauch von Strom und Papier

Trotz des Neubaus des Bürogebäudes in Duisburg und trotz zusätzlicher Filialen konnte die TARGOBANK ihren gesamten Stromverbrauch vor allem aufgrund erhöhter Energieeffizienz in den Gebäuden über die vergangenen Jahre konstant senken.

Dank der Umstellung auf die papierlose Bank wurde im Berichtszeitraum zudem etwa 40 % weniger Papier verbraucht als noch im Jahr 2011.

Ausgezeichnete Mitarbeiter, ausgezeichnetes Banking

Zahlreiche unabhängige Institutionen bestätigten der TARGOBANK auch im Geschäftsjahr 2015 einen exzellenten Kundenservice und eine mitarbeiterorientierte Unternehmensphilosophie:

Fairste Bank

Die Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz e.V. (DSW) zeichnete die TARGOBANK zum wiederholten Male mit dem Siegel „Fairste Bank“ aus.

Innovationspreis 2015

Für die Benutzerfreundlichkeit im Kreditantragsprozess sowie den Online-Anlageplaner wurde die TARGOBANK jeweils mit dem „Innovationspreis 2015“ von bankenversicherungen.de und FRANKFURT EURO FINANCE ausgezeichnet.

Club der Besten 2015

Beim „Club der Besten“, einem Service-Ranking der Tageszeitung „Die Welt“ und ServiceValue, erhielt die TARGOBANK wiederholt Platin.

Corporate Health Award

Der „Corporate Health Award“ würdigt den aktiven Einsatz der TARGOBANK für die Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter.

Familienfreundliches Unternehmen

Das Bündnis für Familie zeichnete die TARGOBANK 2015 als „Familienfreundliches Unternehmen in Duisburg“ aus und würdigte damit etwa die Kinderbetreuung und das betriebliche Gesundheitsmanagement der TARGOBANK.

Best place to learn – Gütesiegel für die betriebliche Ausbildung

Mit der Zertifizierung als „Best place to learn“ gehört die TARGOBANK zu insgesamt 34 Unternehmen deutschlandweit, die höchste Standards bei der betrieblichen Ausbildung erfüllen. Besonders positiv bewertet wurde, dass die Ausbildung sehr praxisnah ist und die Auszubildenden früh Verantwortung übernehmen können.

Top Arbeitgeber 2015

Die TARGOBANK wurde zum neunten Mal in Folge mit dem „Top-Arbeitgeber“-Siegel des Top Employers Institute ausgezeichnet und gehört damit zu den 122 besten Arbeitgebern Deutschlands.

Rahmenbedingungen und Geschäftsjahr 2015

Trotz der anspruchsvollen Marktbedingungen mit einem anhaltend niedrigen Zinsniveau sowie verschärfter regulatorischer Anforderungen konnte die TARGOBANK 2015 mit einem Vorsteuergewinn von 430 Mio. Euro das beste Ergebnis seit Markenstart im Jahr 2010 erzielen.

Auf einen Blick:

- **Ergebnis vor Steuern:**
+61,0 % auf 430 Mio. Euro (Vorjahr 267 Mio. Euro)
- **Bilanzsumme:**
+4,8 % auf 14,12 Mrd. Euro (Vorjahr 13,48 Mrd. Euro)
- **Personalaufwendungen:**
+17 Mio. Euro auf 278 Mio. Euro

Das Provisionsergebnis konnte im Vergleich zum Vorjahr von 324 Mio. Euro auf 358 Mio. Euro (+10,5 %) gesteigert werden, vor allem dank gesteigener Einnahmen aus dem Kredit- und Lebensversicherungsgeschäft, dem Vermögensberatungs- und Wertpapiergeschäft sowie dem Kreditkartenbereich. Gleichzeitig stieg der Zinsüberschuss um knapp 23 % auf 990 Mio. Euro (2014: 806 Mio. Euro).

Die Cost-Income-Ratio erreichte im Jahr 2015 einen Wert von 60,1 %. Die Bilanzsumme erhöhte sich um 4,8 % von 13,48 Mrd. Euro auf 14,12 Mrd. Euro.

Wie in den Vorjahren hat das Konsumentenkreditgeschäft auch 2015 den größten Beitrag zum Jahresergebnis geleistet. Insgesamt lag das Nettokreditvolumen 2015 mit 10,75 Mrd. Euro um 2,1 % über dem Vorjahresniveau von 10,52 Mrd. Euro (siehe Seite 4). Auch im Passivgeschäft zeigte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt ein Anstieg der Kundeneinlagen um 5,0 % auf 12,21 Mrd. Euro (2014: 11,63 Mrd. Euro) (siehe Seite 6).

Die Eigenmittel der Bank betragen zum 31. Dezember 2015 1.395 Mio. Euro (Vorjahr 1.396 Mio. Euro). Die Kapitalquote belief sich auf 12,37 % (Vorjahr 12,42 %).

Die Personalaufwendungen sind um 17 Mio. Euro auf 278 Mio. Euro (Vorjahr 261 Mio. Euro) gestiegen. Deutschlandweit beschäftigt die TARGOBANK rund 7.000 Mitarbeiter, davon rund 2.500 am Standort Duisburg und 700 in der Düsseldorfer Hauptverwaltung.

Ergebnis vor Steuern in Mio. Euro



Bilanzsumme in Mrd. Euro



Unternehmen, Bankengruppe und Vorstand

Die TARGOBANK gehört zur französischen Genossenschaftsbank Crédit Mutuel. Im Mittelpunkt stehen verlässliche Beratung und einfache, attraktive Produkte. Dabei kombiniert sie die Vorteile einer serviceorientierten Direktbank mit einer kompetenten Beratung in den Filialen oder beim Kunden zu Hause. Die TARGOBANK ist führend im Konsumentenkreditgeschäft und gehört zu den größten Kreditkartenherausgebern in Deutschland.

TARGOBANK-Gruppe

- Unternehmenszentrale: Düsseldorf
- Dienstleistungszentrum: Duisburg
- 364 Standorte in mehr als 200 Städten in Deutschland
- 7.000 Mitarbeiter
- 4 Mio. Kunden

Crédit Mutuel-Bankengruppe

- drittgrößte Privatkundenbank Frankreichs
- eine der finanzstärksten Banken Europas
- 5.800 Geschäftsstellen, Hauptsitz: Straßburg
- in 14 Ländern tätig (Europa und Mittelmeerraum)
- 75.000 Mitarbeiter (inkl. TARGOBANK)
- mehr als 29 Mio. Kunden



Die Vorstandsmitglieder der TARGOBANK



Pascal Laugel
Vorstandsvorsitzender



Jürgen Lieberknecht
Produktmanagement
und Marketing



Berthold Rüsing
Vertrieb



Maria Topaler
Kreditrisikomanagement

Impressum

Herausgeber

TARGOBANK AG & Co. KGaA
Unternehmenskommunikation
Kasernenstraße 10
40213 Düsseldorf

Konzeption und Gestaltung

Siccma Media GmbH, Köln

Fotonachweis

TARGOBANK, Getty Images,
Daniel Gebauer Fotografie,
Alexander Lehn/vor-ort-foto.de
Bernd Weisbrod/© Childaid Network

Weitere Informationen:

Oliver Zilcher

Leiter Unternehmenskommunikation
T +49 211 8984-1123

E-Mail: oliver.zilcher@targobank.de

Axel Bäumer

Pressesprecher
T +49 211 8984-1959

E-Mail: axel.baeumer@targobank.de

www.targobank.de
www.targobank-magazin.de

 <https://www.facebook.com/targobank>

 <https://twitter.com/targobank>

 <https://www.youtube.com/targobank>