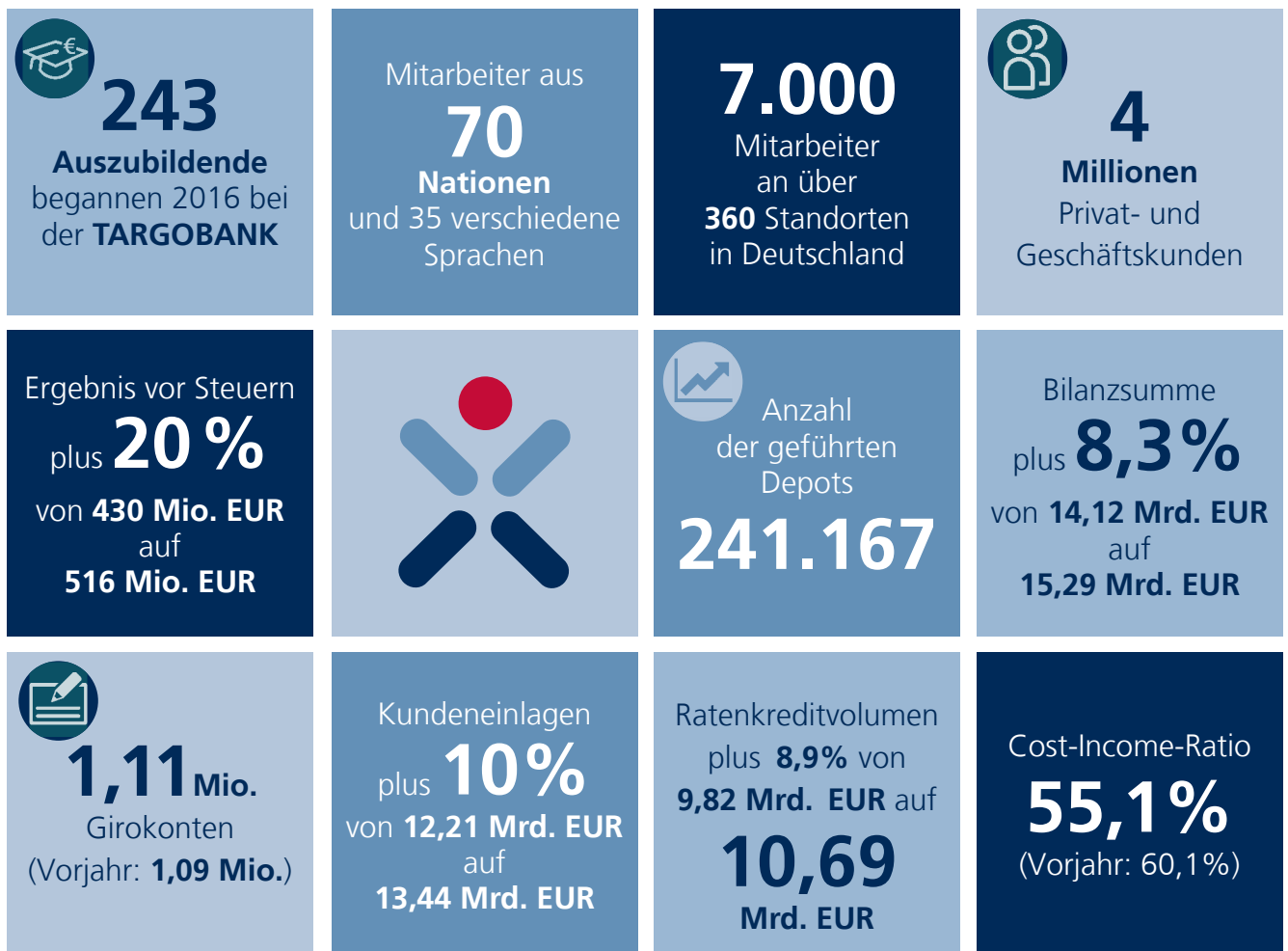


Jahresbericht 2016



Das Geschäftsjahr 2016 in Zahlen:



Die **TARGOBANK** gehört zu den **profitabelsten Privatbanken** in Deutschland und hat ihr Geschäftsmodell im Berichtszeitraum weiter diversifiziert.



Pascal Laugel, Vorstandsvorsitzender TARGOBANK

Sehr geehrte Damen und Herren,

die TARGOBANK setzt ihre Erfolgsgeschichte auch im Jahr 2016 fort. Neben der Fokussierung auf unser Kerngeschäft Finanzierungen haben wir unser bestehendes Geschäftsmodell im vergangenen Jahr weiter diversifiziert. Durch neue Kundengruppen konnten wir unsere Erträge auf eine breitere Basis stellen. Die TARGOBANK gehört nach wie vor zu den profitabelsten Banken in Deutschland. Unser Ergebnis vor Steuern stieg im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent auf 516 Millionen Euro – das beste Ergebnis seit Markenstart im Jahr 2010.

Eine der größten Herausforderungen ist das veränderte Kundenverhalten durch die fortschreitende Digitalisierung. Diese ist für uns kein Selbstzweck, sondern überall da sinnvoll, wo sich Vorteile für unsere Kunden und die Bank ergeben. Wir haben deshalb 2016 weiter in die Digitalisierung und Automatisierung investiert und für Effizienzgewinne im Backoffice sowie ein verbessertes Kundenerlebnis gesorgt. Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass komplexe Bankgeschäfte auch künftig von der persönlichen Interaktion zwischen Kunden und Beratern geprägt sein werden. Wir sehen uns als Omnikanalbank, die die Vorteile einer Direktbank mit der persönlichen Beratung in Filialen oder beim Kunden zuhause verknüpft. Dass wir auf dem richtigen Weg sind, zeigt die sehr hohe Kundenzufriedenheit.

Die TARGOBANK hat klare Prioritäten für ein erfolgreiches und nachhaltiges Geschäftsmodell. Wir wollen unsere Kernkompetenzen weiterentwickeln, Innovationen vorantreiben und die Expertise unserer Bankengruppe bestmöglich zum Nutzen unserer Kunden einsetzen. Und das ist uns 2016 gut gelungen: So konnten wir die Zufriedenheit unserer Kunden im Vergleich zum Vorjahr weiter steigern. Wachstum zu generieren ist auch ein zentrales Ziel unseres französischen Eigentümers Crédit Mutuel, eine der größten und finanzstärksten Bankengruppen in Europa. Crédit Mutuel verfolgt das Ziel, Deutschland zum zweiten Heimatmarkt der gesamten Gruppe zu machen.

Ich bin davon überzeugt, dass wir dank der hervorragenden Teamleistung aller Mitarbeiter für unsere Kunden auch künftig zu den besten Banken in Deutschland gehören werden.

Düsseldorf, 10. April 2017

Pascal Laugel, Vorstandsvorsitzender



Kreditgeschäft: Marktposition gestärkt

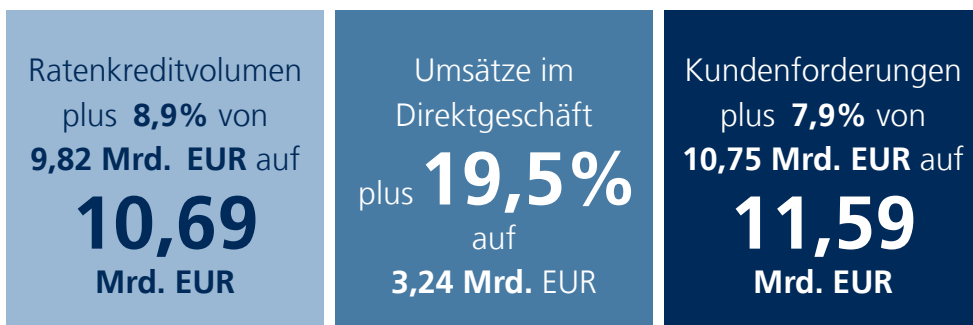
Finanzierung ist nach wie vor das Kerngeschäft der Bank. Damit folgt die TARGOBANK ihrer 90-jährigen Tradition als Finanzdienstleister.

Die TARGOBANK hat sich im Berichtsjahr auf ihr Kerngeschäft Finanzierung fokussiert. Durch veränderte Konditionen und ein erweitertes Produktportfolio konnte die TARGOBANK ihre Position im hart umkämpften Kreditgeschäft deutlich verbessern und ihre Kreditproduktion signifikant steigern.

Bei den Kunden sorgten 2016 eine stabile Arbeitsmarktentwicklung sowie eine hohe Beschäftigungsquote zu einer erhöhten Nachfrage nach Finanzierungen.

Selbstständige als Zielgruppe

Im Berichtszeitraum entwickelte die TARGOBANK spezielle Finanzierungsan-



gebote für Gewerbetreibende und Freiberufler. Das neue Angebot ist auf den privaten Kreditbedarf von Selbstständigen ausgerichtet.

Wichtigster Beitrag zum Ergebnis

Wie bereits in den Vorjahren lieferte das Kreditgeschäft auch 2016 den wichtigsten Beitrag für das Jahresergebnis der TARGOBANK. Insgesamt stiegen im Berichtszeitraum die Kundenforderungen (Nettokundenkreditvolumen) um 7,9% auf 11,59 Mrd. Euro (Vorjahr: 10,75 Mrd. Euro). Bei den Ratenkrediten erhöhte sich das Volumen um 8,9% auf 10,69 Mrd. Euro (Vorjahr: 9,82 Mrd. Euro). Die Umsätze im Direktgeschäft stiegen um 19,5% auf 3,24 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,71 Mrd. Euro).

Die Anzahl der Kreditkonten beläuft sich im Berichtszeitraum auf 1.900.954 Stück. Die Kunden der TARGOBANK haben 2016 Dispositionskredite sowie Kreditkartenrahmen in Höhe von durchschnittlich 977 Mio. Euro in Anspruch genommen. Das sind vier Prozent weniger als im Vorjahr (1,02 Mrd. Euro).

90 Jahre Krediterfahrung

2016 feierte die TARGOBANK ihr 90-jähriges Jubiläum. Bis heute ist sie führend im Geschäftsfeld Konsumentenkredite. Am 30. Juli 1926 gründet Walter Kaminsky mit anderen Einzelhändlern die Kunden-Kredit Gesellschaft in Königsberg. Der Vorläufer der heutigen TARGOBANK ist das erste Institut, das Kredite an

private Kunden zur Finanzierung von Gebrauchsgütern vergibt. 1951 bestimmt Kaminsky Düsseldorf zum neuen Hauptsitz der Bank. Nordrhein-Westfalen entwickelt sich in den kommenden Jahrzehnten im Zeichen des Wirtschaftswunders zum



Stammland der Bank, was sich bis heute bemerkbar macht: Ein Drittel aller TARGOBANK Filialen ist auch 2016 im Rheinland und im Ruhrgebiet zu finden. Seit 1999 führt die Bank in Duisburg ein Dienstleistungszentrum mit heute rund 2.000 Mitarbeitern. Dort bezieht die Bank 2015 ein weiteres Bürogebäude mit 500



Oben rechts: Die Kunden-Kredit Gesellschaft, Vorläufer der heutigen TARGOBANK

Oben links: Kreditberatung in den 50er Jahren

Unten rechts: Das Team der 2016 eröffneten Filiale in Backnang

Unten links: TARGOBANK Quartier am Duisburger Hauptbahnhof



Arbeitsplätzen. Zusammen bilden beide Gebäude am Duisburger Hauptbahnhof das TARGOBANK Quartier. 2016 hat die TARGOBANK zudem ihr Filialnetz weiter modernisiert und zwei neue Filialen in Backnang und in Schwabach eröffnet.





Mehr Volumen, neue Produkte

In den Bereichen Konto und Karten sowie Sparen und Geldanlagen verlief das Kalenderjahr 2016 positiv.

Mit dem Ausbau des Leistungsangebots im Wertpapier-, Einlagen- und Vermittlungsgeschäft hat die TARGOBANK 2016 ihr Provisionsgeschäft weiter gestärkt. Die Kundeneinlagen sind im Berichtsjahr von 12,21 Mrd. Euro um 10,0% auf 13,44 Mrd. Euro gestiegen. Die täglich fälligen Einlagen haben um 13,3% auf 9,95 Mrd. Euro (Vorjahr: 8,78 Mrd. Euro) zugelegt.

Die Zahl der Tagesgeldkonten ist 2016 um 4,4% auf 274.189 Stück (Vorjahr: 262.536) gestiegen. Auf den Tagesgeldkonten ist das Volumen im Vergleich zum Vorjahr um 2,2% auf 3,81 Mrd. Euro (Vorjahr: 3,73 Mrd. Euro) angewachsen. Dagegen ist das Volumen der Festgeldkonten aufgrund der anhaltend niedrigen Zinsen im Berichtszeitraum auf

1,68 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,73 Mrd. Euro) zurückgegangen.

Moderne Hausbank

Ihre Position als moderne Hausbank konnte die TARGOBANK 2016 weiter festigen: So ist die Zahl der Girokonten um rund 28.000 auf insgesamt 1,11 Millionen Stück gestiegen. Mit rund 1,27 Millionen Kreditkarten gehört die TARGOBANK weiterhin zu den führenden Emittenten in Deutschland.

Im Spargeschäft stießen vor allem das Doppelzins-Sparen, das Junior-Sparkonto und die Rendite-Sparkarte auf großes Interesse bei den Kunden. Das Volumen auf den Sparkonten ist im Berichtszeitraum um 6,5% auf 1,8 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,69 Mrd. Euro) gestiegen.



Einzigartige ETF-Beratung

Als erste deutsche Filialbank hat die TARGOBANK 2016 die ETF-Beratung in ihren Prozess der Anlageberatung integriert. Die Kunden können über das neue Plus-Depot in der Vermögensberatung zwischen aktiv gemanagten Fonds oder börsengehandelten Indexfonds (ETFs) wählen. Bei der Auswahl der Produkte ist die TARGOBANK unabhängig. Dank der insgesamt positiven Entwicklung auf den Aktienmärkten sowie dem vergrößerten Angebot ist das Wertpapiervolumen um 4,3% auf 10,56 Mrd. Euro (Vorjahr: 10,12 Mrd. Euro) gestiegen.

Sehr gutes Bonitätsrating

Die TARGO Lebensversicherung AG, exklusiver Versicherungspartner der TARGOBANK, bot ihren Versicherten aufgrund günstiger Kosten und einer ausgewogenen Anlagestrategie auch im Jahr 2016 eine hohe Verzinsung. Die Gesamtverzinsung der Sparanteile lag für ungeförderte bestehende Kapital- und Rentenversicherungen gegen laufenden Beitrag inklusive Schlussüberschuss bei 4,1%. Die neue kapitaleffiziente Rentenversicherung erreichte sogar 4,4%. Mit der Privat-Rente DAX® Garant bietet die TARGOBANK seit 2016 auch ein indexgebundenes Vorsorge-Produkt an. Die unabhängige Ratingagentur Assekurata verlieh der TARGO Lebensversicherung AG 2016 die Note AA-, die für eine sehr starke Bonität steht.

Ausgezeichnete Leistung

Verschiedene Institute haben der TARGOBANK für den Berichtszeitraum erneut die Qualität ihrer Produkte und Services bescheinigt:



Club der Besten:

Zum dritten Mal in Folge erhielt die TARGOBANK für ihren Kundenservice 2016 das Platin-Siegel von ServiceValue und DIE WELT.

Das Handelsblatt bescheinigte der TARGO Lebensversicherung AG ein sehr gutes Fondsangebot und kürte die TARGOBANK zum **Top Online Broker**.



Das Analysehaus

„Franke & Bornberg“ bewertete zahlreiche **Vorsorge- und Versicherungsprodukte** der TARGOBANK mit „**hervorragend**“ bzw. „**sehr gut**“.

Das Institut für Vermögensaufbau zeichnete TARGOBANK mit dem Siegel „**Geprüfte Finanzplanung**“ aus.



Euro am Sonntag und das Deutsche Kundeninstitut vergaben die **Gesamtwertung „sehr gut“** für die Online-Autofinanzierung, die bonitätsabhängigen Online-Ratenkredite und für die Produkte im Bereich Vermögensaufbau und Vorsorge.



Partner für Unternehmen

Die TARGOBANK baut das Geschäfts- und Firmenkundengeschäft als zusätzliches Standbein sukzessive aus. Ziel ist die Erschließung von neuen Kundengruppen und Ertragsquellen.

TARGO • COMMERCIAL FINANCE

Die TARGOBANK hat sich im Berichtsjahr breiter aufgestellt und will neben der Absatzfinanzierung und der TARGOBANK AUTOBANK auch das Firmenkundensegment auf- und ausbauen. Ziel ist es, neue Kundengruppen und Ertragsquellen zu erschließen und das Geschäftsmodell weiter zu diversifizieren.

Attraktive Kunden-Zielgruppe

Seit Juli 2016 ist das deutsche Factoring- und Leasinggeschäft von ehemals GE Capital Deutschland Teil der französischen Banque Fédéra-

tive du Crédit Mutuel. Das Geschäft firmiert seit August 2016 unter der neuen Dachmarke TARGO Commercial Finance und soll vorbehaltlich der Zustimmung der Aufsichtsbehörden sukzessive in die TARGOBANK Gruppe überführt werden. Dieser Schritt ermöglicht der TARGOBANK den Markteintritt in ein völlig neues Geschäftsfeld mit der attraktiven Kunden-Zielgruppe mittelständischer Unternehmen.

TARGO Commercial Finance betreut an deutschlandweit sieben Standor-



Die
TARGOBANK
AUTOBANK betreut
2.000
Kfz-Händler

TARGOBANK
AUTOBANK
250 Mio. EUR
Volumen
Kreditherauslage

5.000
Fachhändler
kooperieren mit der
TARGOBANK im
Bereich Absatz-
finanzierung

TARGOBANK AUTOBANK: Ein junger Durchstarter

Die TARGOBANK AUTOBANK hat sich seit ihrem Markteintritt Anfang 2015 zunehmend als erfolgreicher Player am Autobankenmarkt etabliert. Im Berichtsjahr konnte sie im Vergleich zu 2015 alle wichtigen Kennzahlen deutlich steigern.

So konnte die TARGOBANK AUTOBANK ihre Händlerzahl mehr als verdoppeln und arbeitete zum Ende 2016 mit rund 2.000 freien und herstellerebenen Kfz-Händlern zusammen. Mit rund 250 Mio. Euro an herausgelegten Krediten im Jahr 2016 konnte sie das Volumen ebenfalls deutlich steigern.

Neben der Einkaufs- und Absatzfinanzierung bietet die TARGOBANK AUTOBANK den Händlern ein umfangreiches Portfolio an Versicherungsprodukten sowie ein breites Angebot an individuellen Verkaufsschulungen am Point of Sale.

Als neuen offiziellen Kooperationspartner konnte die TARGOBANK AUTOBANK 2016 unter anderem den Verband des Kfz-Gewerbes NRW mit rund 8.800 Betrieben gewinnen. Überzeugen konnte sie den Landesverband mit ihrem „Plus-Autokredit“, bei dem Kunden Inspektionen, Reparaturen aber auch Zubehör und Fahrzeug-Verschönerungen schnell und einfach finanzieren können. Dabei ist das angebotene Kreditspektrum mit einer Einstiegssumme von 99 Euro und einer Höchstsumme von 10.000 Euro so breit gefächert wie bei keinem anderen Anbieter am Markt.



TARGO  **BANK**

AUTOBANK

ten 20.000 Kunden und entwickelt umfassende und innovative Finanzierungslösungen im Bereich Factoring und Leasing.

Kooperation mit Fachhändlern

Die TARGOBANK ist etablierter Kooperationspartner von mehr als 5.000 Fachhändlern für Konsumgüter im Bereich der Absatzfinanzierung und arbeitet mit Händlern wie Saturn, Mediamarkt, Galeria Kaufhof oder Real zusammen. Im Berichtszeitraum konnte die Bank als exklusiven Kooperationspartner im Bereich Absatzfinanzierung auch die Werkstätten, Autofachmärkte und den Onlineshop von A.T.U dazugewinnen.

Über ihr Partner-Programm bietet die TARGOBANK zudem exklusive Produktvorteile und Services für den Handel, die Industrie und Verbände.



TARGOBANK Mitarbeiterin

Fotini Gousiou-Schöffler macht Schüler der Gesamtschule Espenstraße in Mönchengladbach „Fit für die Wirtschaft“

Der Duisburg TARGOBANK Run

Seit dem ersten Startschuss im Jahr 2005 wurden insgesamt 408.500 Euro für den guten Zweck gespendet.

Engagement über die Arbeit hinaus

Verantwortlich handeln – sowohl den Mitmenschen, als auch der Umwelt gegenüber – ist für die Mitarbeiter der TARGOBANK selbstverständlich. Auch 2016 wurden zahlreiche Initiativen umgesetzt.



Duisburg TARGOBANK Run

11. Unternehmenslauf | 25.08.2016
www.unser-unternehmen-läuft.de



Verantwortung und Nachhaltigkeit werden bei der TARGOBANK groß geschrieben. Das Unternehmen engagiert sich nicht nur in vielfältigen Projekten, sondern würdigt auch Mitarbeiter für vorbildliches Verhalten: 2016 wurden 65 Preisträger mit dem TARGOBANK Award ausgezeichnet, etwa weil sie sich für Kollegen oder Kunden in herausragender Weise eingesetzt haben.

TARGOBANK Stiftung

Die TARGOBANK Stiftung ist auf die Förderung der finanziellen Bildung fokussiert und unterstützt unter anderem das Projekt „Fit für die Wirtschaft“. Hier bringen ehrenamtliche Wirtschaftstrainer Schülern Grundlagen rund um das Thema Finanzen bei. Den richtigen Umgang mit Geld vermittelte 2016 etwa die TARGOBANK Mitarbeiterin Fotini Gousiou-Schöffler an einer Gesamtschule in Mönchengladbach (s. Foto).

10 Jahre Schuldenshelpline

In der TARGOBANK Stiftung ist auch die finanzielle Unterstützung der „Schuldenshelpline“ verankert. Dahinter verbirgt sich ein bundesweites Angebot des Vereins Schuldnerhilfe Köln. Menschen in finanzieller Not können sich per Telefon oder E-Mail an den Verein wenden und sich – auf Wunsch anonym – beraten lassen. 2016 feierte die Schuldenshelpline ihr 10-jähriges Bestehen und versteht sich vor allem als Hilfe zur Selbsthilfe. Seit dem Start der Helpline konnte das siebenköpfige Team aus Juristen, Sozialwissenschaftlern und Wirtschaftsexperten bereits mehr als 25.000 Betroffenen helfen.

Wundertaler e.V.

Um Kindern in Not weltweit zu helfen, haben Mitarbeiter der TARGOBANK im Jahr 2008 den Verein Wundertaler e.V. gegründet. Hierfür spenden



Alles im grünen Bereich

Mitarbeiter bei der Gartenarbeit im Pflegeheim der Diakonie Düsseldorf

Angestellte die aufgerundeten Cent-Beträge ihres monatlichen Gehalts. Die TARGOBANK verdoppelt dann den Betrag. Immer mehr Menschen beteiligen sich: 2016 waren es 3.184 Mitarbeiter, die so gemeinsam mit der TARGOBANK 40.000 Euro für humanitäre Projekte spendeten.

Startgelder für den guten Zweck

Auch beim alljährlichen TARGOBANK Run in Duisburg wurde für einen wohltätigen Zweck gesammelt. Ein Teil aller Startgelder des 5,8 Kilometer langen Laufs wird an soziale Projekte in der Region gespendet – 2016 kamen dabei rund 40.000 Euro zusammen. Seit dem ersten Startschuss im

Jahr 2005 wurden bislang durch den TARGOBANK Run insgesamt 408.500 Euro gespendet.

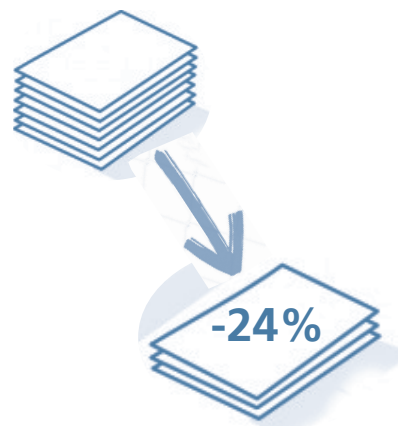
Engagiert frei nehmen

Damit sich Mitarbeiter bei gemeinnützigen Organisationen engagieren können, gibt die TARGOBANK ihnen einen Tag im Jahr Sonderurlaub. Das Angebot wird mit großer Begeisterung angenommen. So haben 2016 unter anderem 15 Auszubildende ihren Freientag dazu genutzt, Teile des Kinder- und Jugendzentrums „Die Insel“ in Duisburg-Neuenkamp zu streichen. Im Pflegeheim Kaiserswerth der Diakonie Düsseldorf halfen TARGOBANK Mitarbeiter bei der Gartenarbeit.

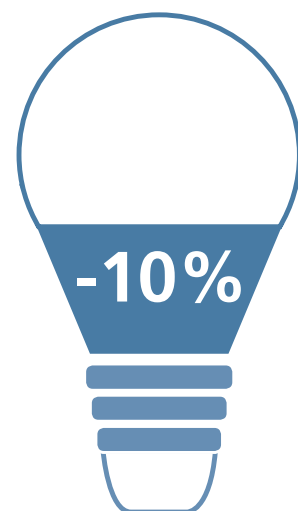
Geringerer Verbrauch von Strom und Papier bei der TARGOBANK seit 2011

Nachhaltigkeit und ökologischer Fußabdruck sind bereits seit vielen Jahren verfolgte Ziele der TARGOBANK.

Papier: Durch die Umstellung auf die papierlose Bank konnte der Papierverbrauch bei der TARGOBANK seit 2011 insgesamt um mehr als 24 Prozent verringert werden.



Strom: Und dank erhöhter Energieeffizienz konnte das Unternehmen seinen gesamten Stromverbrauch senken. Im Vergleich zu 2011 ist 2016 der Energieverbrauch um mehr als 10 Prozent gesunken.



65

Mitarbeiter erhielten 2016 den **TARGOBANK Award**

40.000 EUR

Spenden kamen beim TARGOBANK Run 2016 in Duisburg zusammen

21 Projekte

wurden vom Verein **Wundertaler e.V.** mit **40.000 EUR** unterstützt

Attraktiver Arbeitgeber

Die TARGOBANK gehört zu den besten Arbeitgebern Deutschlands. Das bestätigen unabhängige Auszeichnungen wie das „Top Employer“-Siegel und auch die hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter.



Azubi-Blog

Für die Auszubildenden der TARGOBANK gibt es zahlreiche Förderprogramme und Initiativen. Über ihre Erlebnisse schreiben die angehenden Bankkaufleute und Kaufleute für Büromanagement in einem eigenen Blog.

Die TARGOBANK zeichnet sich durch eine mitarbeiterorientierte Unternehmensphilosophie aus. Insgesamt arbeiten rund 7.000 Menschen für die TARGOBANK, die aus 70 Nationen stammen und 35 verschiedene Sprachen sprechen.

„Hier komm ich gerne hin“

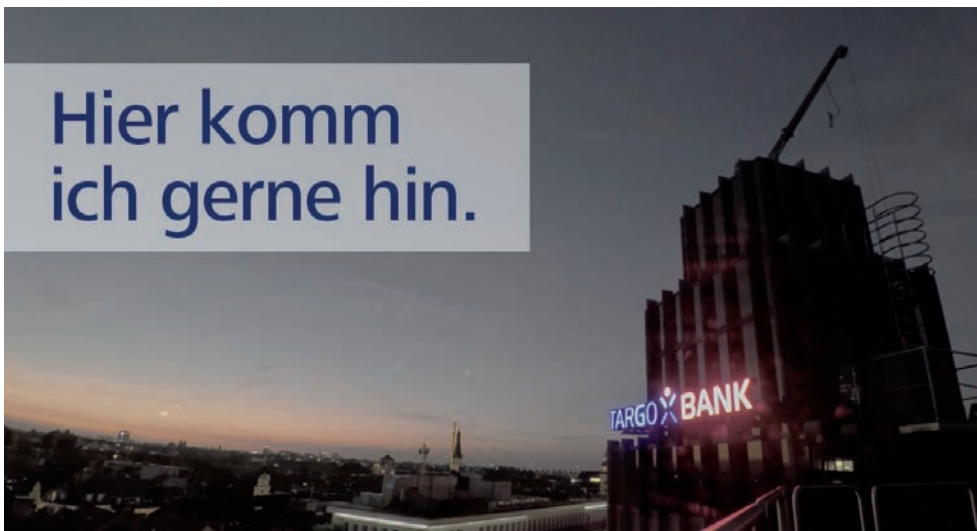
Unter dem Motto „Hier komm ich gerne hin“ startete die TARGOBANK 2016 eine Employer Branding-Kampagne, die unter anderem mit einem neuen Arbeitgeber-Imagefilm auf die vielfältigen Berufsmöglichkeiten im Unternehmen aufmerksam macht. Hauptdarsteller sind Mitarbeiter, die potenziellen Bewerbern authentische Einblicke in ihre Tätigkeit und den Arbeitgeber TARGOBANK ermöglichen.

Nachwuchs aus den eigenen Reihen

Im Jahr 2016 haben 243 Azubis ihre Ausbildung bei der TARGOBANK begonnen. Unter den Azubis befinden sich 231 angehende Bankkaufleute und Finanzassistenten sowie 12 angehende Kaufleute für Büromanagement. Außerdem bildet die TARGOBANK in Kooperation mit der FOM Fachhochschule für Ökonomie und Management Düsseldorf derzeit 18 duale Studenten im Unternehmen aus.

Azubis starten durch

Die Ausbildung bei der TARGOBANK zeichnet sich durch eine große Praxisnähe und gute Übernahmechancen aus. Azubis, die sich durch besonderes Engagement und sehr gute Leistungen auszeichnen, kön-



nen sich für das Durchstarterprogramm qualifizieren. Hier lernen sie zum Beispiel Präsentationstechniken oder arbeiten an aktuellen Bankprojekten wie „Die Filiale der Zukunft“ mit. Die Ergebnisse dürfen die Nachwuchs-Banker schließlich dem Vorstand der TARGOBANK präsentieren. Fest im Ausbildungsprogramm verankert ist auch, dass alle Filial-Azubis im dritten Lehrjahr zwei Wochen eigenständig eine Filiale der TARGOBANK leiten dürfen.

Gute Gründe für die TARGOBANK

Die TARGOBANK fördert bei ihren Mitarbeitern aktiv ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeits- und Privatleben, zum Beispiel durch verschiedene Arbeitszeitmodelle und eine betriebliche Kinderbetreuung. Und über den Familienservice unterstützt die Bank ihre Mitarbeiter bundesweit mit kurzfristigen Lösungen, wenn zum Beispiel die Betreuung nicht gewährleistet ist.

Eigenes Weiterbildungszentrum

In der unternehmenseigenen Trainingsakademie in Radevormwald lassen sich die Mitarbeiter der TARGOBANK regelmäßig in unterschiedlichen Fachgebieten und Fähigkeiten weiterbilden. Mehr als 4.600 Teilnehmer nutzten 2016 die Schulungsangebote. Auch hier gibt es eine Kinderbetreuung sowie ein Eltern-/Kindzimmer – so können sich die Eltern ganz auf das Training konzentrieren.

Fairness und Wertschätzung

Die TARGOBANK zeigt auch in Sachen Diversity Engagement – etwa mit einer im

Branchenvergleich überdurchschnittlichen Quote von Frauen in Führungspositionen. Als Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“ hat sich das Unternehmen außerdem zu Fairness und Wertschätzung aller Mitarbeiter bekannt – unabhängig von deren Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Alter, Behinderung, Religion oder sexueller Orientierung.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Als verantwortungsvollem Arbeitgeber liegt der TARGOBANK die Gesundheit und die Lebensqualität ihrer Mitarbeiter am Herzen. Über das 2011 ins Leben gerufene betriebliche Gesundheitsmanagement „Ça va – Wie geht’s“ bietet die TARGOBANK ihren Mitarbeitern regelmäßig Beratung, Workshops und Aktionen rund um die Themen Bewegung, Ernährung und Work Life Balance. Dem Thema Führung kommt dabei eine Schlüsselrolle zu.



2016 wurde die **TARGOBANK** zum zehnten Mal in Folge als „**Top Employer Deutschland**“ ausgezeichnet. Außerdem trägt sie bereits seit 2015 den Titel „**Best Place to learn/Top Ausbilder**“.

Die Zertifizierungen bescheinigen, dass die **TARGOBANK** höchste Standards sowohl bei der betrieblichen Ausbildung als auch im Personalmanagement erfüllt.

Dabei fallen vor allem Punkte wie das Gesundheitsmanagement der **TARGOBANK**, die Führungskräfteentwicklung, die Personalplanung und die Sozialleistungen ins Gewicht.

 **243**
Auszubildende
begannen 2016 bei
der **TARGOBANK**

Mitarbeiter aus
70
Nationen
und 35 verschiedene
Sprachen

Rahmenbedingungen und Geschäftsjahr 2016

In einem für Banken anspruchsvollen Umfeld mit anhaltend niedrigen Zinsen und steigenden regulatorischen Anforderungen hat die TARGOBANK den Vorsteuergewinn 2016 von 430 Mio. Euro im Vorjahr um 20,0% auf 516 Mio. Euro gesteigert. Das ist das beste Ergebnis seit dem Markenstart im Jahr 2010. Das Konsumentenkreditgeschäft und die damit verbundenen Erträge aus Versicherungen leisteten den größten Beitrag zum Jahresergebnis. Das Ratenkreditvolumen ist um 8,9% auf 10,69 Mrd. Euro gewachsen (Vorjahr: 9,82 Mrd. Euro). Im Passivgeschäft stiegen die Kundeneinlagen von 12,21 Mrd. Euro um 10% auf 13,44 Mrd. Euro.

Effizientes Kostenmanagement

Zum guten Ergebnis 2016 haben auch die Veräußerung des VISA-Anteils in Folge der Übernahme von Visa Europe durch Visa Inc. sowie ein effizientes Kostenmanagement beigetragen. Das Aufwands-Ertrags-Verhältnis (Cost-Income-Ratio) sank 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um fünf Prozentpunkte auf 55,1% und liegt damit weit unter dem Branchendurchschnitt.

Steuerliche Sondereffekte

Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Provisionsüberschuss um 1,2% auf 363 Mio. Euro (Vorjahr: 358 Mio. Euro). Der Zinüberschuss fiel dagegen leicht um 1,3% auf 977 Mio. Euro (Vorjahr: 990 Mio. Euro), vor allem aufgrund der veränderten Margen im Niedrigzinsumfeld. Aufgrund steuerlicher Sondereffekte im Zuge einer Umstrukturierung der Gruppe ist der Gewinn nach Steuern von 347 Mio. Euro im Berichtszeitraum um 22,7% auf 268 Mio. Euro gesunken.

Die Bilanzsumme erhöhte sich 2016 von 14,12 Mrd. Euro um 8,3% auf 15,29 Mrd. Euro. Die regulatorische Gesamtkapitalquote belief sich am 31. Dezember 2016 auf 12,13% nach 12,37% im Vorjahr, die Eigenmittel lagen zum Stichtag bei 1.373 Mio. Euro.

Die TARGOBANK beschäftigte 2016 bundesweit rund 7.000 Mitarbeiter. Davon arbeiteten 700 in der Düsseldorfer Hauptverwaltung und 2.500 am Standort Duisburg. Die Personalaufwendungen sind im Berichtsjahr um 3 Mio. Euro auf 275 Mio. Euro gesunken.

Ausgewählte Kennzahlen im Vergleich 2015/2016

TARGOBANK AG & Co. KGaA Bilanz und GuV-Kennzahlen HGB	2016	2015	Veränderung*
Bilanzsumme	15,29 Mrd. EUR	14,12 Mrd. EUR	+ 8,3%
Kundenforderungen	11,59 Mrd. EUR	10,75 Mrd. EUR	+ 7,9%
Ratenkreditvolumen	10,69 Mrd. EUR	9,82 Mrd. EUR	+ 8,9%
Kundeneinlagen	13,44 Mrd. EUR	12,21 Mrd. EUR	+ 10,0%
Cost-Income-Ratio	55,1%	60,1%	-5 %-Punkte
Depotvolumen	10,56 Mrd. EUR	10,12 Mrd. EUR	+ 4,3%
Zinüberschuss	977 Mio. EUR	990 Mio. EUR	-1,3%
Provisionsüberschuss	363 Mio. EUR	358 Mio. EUR	+1,2%
Verwaltungsaufwand (inkl. AfA)	769 Mio. EUR	801 Mio. EUR	-4,1%
Ergebnis vor Steuern	516 Mio. EUR	430 Mio. EUR	+20,0%
Gewinn nach Steuern	268 Mio. EUR	347 Mio. EUR	-22,7%**

* auf Basis nicht gerundeter Werte ** bedingt durch steuerliche Sondereffekte im Zuge einer Umstrukturierung der Gruppe

Unternehmen, Bankengruppe und Vorstand

Die **TARGOBANK AG & Co. KGaA** betreut vier Millionen Kunden in den Geschäftsbereichen Konto & Karten, Kredit & Finanzierung, Sparen & Geldanlage, Vermögen sowie Schutz & Vorsorge. Um nah am Kunden zu sein, betreibt die TARGOBANK mehr als 360 Standorte in 200 Städten in Deutschland, und sie ist telefonisch rund um die Uhr im Service-Center erreichbar. Die Bank kombiniert die Vorteile einer Direktbank mit kompetenter Beratung und exzellentem Service in den Filialen und bei Kunden zuhause. Hauptsitz der TARGOBANK ist Düsseldorf.



4
Millionen
Privat- und
Geschäftskunden

über
360
Standorte in
200 Städten

Deutschlandweit beschäftigt sie 7.000 Mitarbeiter. In Duisburg führt die Bank ein Dienstleistungszentrum mit 2.000 Mitarbeitern und ein weiteres Bürogebäude mit 500 Mitarbeitern. Die TARGOBANK ist führend im Geschäftsfeld der Konsumentenkredite und einer der größten Kreditkartenherausgeber in Deutschland. Als Tochter der Genossenschaftsbank Crédit Mutuel, einer der größten und finanzstärksten Banken Europas, ist die Bank ein sicherer Partner für ihre Kunden.

Die **CM11-Gruppe (Crédit Mutuel)** ist eine der größten und finanzstärksten Bankengruppen in Europa mit sehr guten Ratings. Sie vereint die Stärken einer Genossenschaftsbank mit starker regionaler und lokaler Verankerung mit denen der international agierenden Geschäftsbank Crédit Industriel et Commercial (CIC). Sie bilden ein weltweites Netzwerk mit 4.500 Geschäftsstellen, rund 66.000 Mitarbeitern und mehr als 24 Millionen Privat- und Geschäftskunden.



Vorstandsmitglieder der TARGOBANK (v.l.n.r.)

Jürgen Lieberknecht

Privatkunden

Pascal Laugel

Vorstandsvorsitzender

Maria Topaler

Risikomanagement

Berthold Rüsing

Firmenkunden

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>