

WIR BEWEGEN



INHALT

Jahresbericht 2018

4 Vorwort

Pascal Laugel,
Vorstandsvorsitzender TARGOBANK

6 Rahmenbedingungen und Bilanz

In herausforderndem Marktumfeld
weiter auf Erfolgskurs

Geschäftsbereiche

8 Privatkunden

Kreditgeschäft: Läuft!

10 Privatkunden

Rundum-Service in den Bereichen
Konten & Karten und Sparen & Vorsorge

12 Privatkunden

Innovativer investieren

14 Geschäftskunden

Wachstum maßgeschneidert

16 Firmenkunden

Finanzierungspartner für Unternehmen

Vielfältiges Engagement

18 Corporate Social Responsibility

Wir tun was

20 Human Resources

Vielfach ausgezeichnet

22 Nachhaltigkeit

Umweltbewusst handeln

24 TARGOBANK im Porträt

Durch und durch solide







Pascal Laugel,
Vorstandsvorsitzender
TARGOBANK

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE KUNDINNEN UND KUNDEN,

2018 war für die TARGOBANK ein ebenso erfolgreiches wie zukunftsweisendes Jahr. Wir haben unseren Wachstumskurs fortgesetzt und unser Geschäftsmodell weiter diversifiziert.

Auf unserem Weg hin zu einer Bank für Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden sind wir einen großen Schritt vorangekommen. Mit der Verschmelzung der TARGO Commercial Finance AG auf die TARGOBANK AG haben wir im August 2018 den Umbau der TARGOBANK Gruppe vollzogen. Seitdem sind wir auch organisatorisch eine schlanke, noch effizientere und schlagkräftigere Bank mit passgenauen Produkten und Services für Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden unter einem Dach. Angesichts des herausfordernden Markt- und Wettbewerbsumfelds in der Branche ist das ein großer Vorteil, der uns hilft, unsere Marktposition noch weiter zu stärken.

Die Bilanzsumme der Gruppe konnten wir 2018 um knapp 5 Prozent auf 22 Milliarden Euro steigern. Das Ergebnis vor Steuern (IFRS) stieg von 493 auf 510 Millionen Euro – und das trotz umfangreicher Investitionen in die Digitalisierung und Automatisierung unserer Prozesse, in die Modernisierung unseres Filialnetzes sowie in den Ausbau neuer Geschäftsfelder. Mit zahlreichen neuen Produkten und Services, etwa im Bereich Geldanlage oder im Mobile Banking, haben wir zudem unsere Kunden von unserer Innovationskraft überzeugt.

Wie in den Vorjahren hat auch 2018 vor allem unser Privatkundengeschäft zu unserem Ergebnis beigetragen (siehe Seite 8). Eine positive Bilanz ziehen aber auch die anderen Geschäftsfelder: So können wir beispielsweise im Firmenkundengeschäft und in der Absatzfinanzierung Wachstumsraten im zweistelligen Bereich verzeichnen. Gut etabliert hat sich zudem der noch junge Bereich für Geschäftskunden – das heißt Selbstständige, Freiberufler und Kleinunternehmer (siehe Seite 14). Auch die Einlagen unserer Privatkunden entwickelten sich erfreulich und unterstreichen somit das Vertrauen in die TARGOBANK als Hausbank. Einen externen Beleg dafür lieferte uns das renommierte FAZ-Institut, das uns 2018 als beste nationale Filialbank ausgezeichnet hat.

Seit zehn Jahren ist die TARGOBANK Teil der französischen genossenschaftlichen Bankengruppe Crédit Mutuel, die zu den größten und finanzstärksten Gruppen Europas gehört. Beim Banken-Stresstest von 2018 bewies der Crédit Mutuel einmal mehr seine finanzielle Solidität und wurde aufgrund seiner Eigenmittelquote als eine der sichersten Banken Europas eingestuft (siehe Seite 25). Dies belegen auch die Ratings von Standard & Poor's, Moody's und Fitch.

Das alles zeigt, dass die TARGOBANK einer der sichersten und verlässlichsten Finanzierungspartner auf dem Markt ist – und zu Deutschlands erfolgreichsten Banken gehört. Diese Position wollen wir in Zukunft nicht nur verteidigen, wir wollen sie weiter ausbauen. In der TARGOBANK trägt jeder Mitarbeiter mit seinem Engagement zum Erfolg der gesamten Bank bei – egal ob in den zentralen Standorten in Düsseldorf und Mainz, im Servicecenter in Duisburg oder in einem unserer rund 350 Filialstandorte in ganz Deutschland. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle bei allen Mitarbeitern herzlich bedanken. Und natürlich möchte ich mich auch bei unseren rund 4 Millionen Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden für das entgegengebrachte Vertrauen bedanken.

Düsseldorf, 16. April 2019



Pascal Laugel, Vorstandsvorsitzender

„Wir geben Rückenwind“

Nur wer seine Kunden immer besser versteht, kann sie darin unterstützen, ihre Chancen zu nutzen und ihre Zukunft zu gestalten – nach diesem Motto hat die TARGOBANK 2018 ihre Marke weiterentwickelt und das Design angepasst. Unser Markenversprechen „Wir geben Rückenwind“ ist die Grundlage für den täglichen Umgang mit unseren Kunden. Passend dazu zeigt die Kampagne zum Marken-Refresh Menschen, denen die Bank den nötigen Schub – also Rückenwind – liefert. Dass wir unseren Kunden auf Augenhöhe begegnen, ist für uns selbstverständlich. Doch ihnen Rückenwind zu geben, bedeutet noch viel mehr: Wir müssen erkennen, wo der Kunde aktuell steht und wohin er will.

Das, was wir in der Kampagne sagen und zeigen, können wir auch glaubhaft liefern: Wir bieten attraktive Produkte und Konditionen und sind als genos-

senschaftliche Bankengruppe ein sicherer Partner. Anders als reine Digitalbanken bieten wir auf Wunsch des Kunden immer auch eine persönliche Beratung. Grundsätzlich ist es unser Anspruch, dem Kunden über alle Kanäle mit Rat und Tat zur Seite zu stehen, egal wo, wann und wie.

Die Marke ist ein zentraler Faktor in unserer Wachstumsstrategie. Seit dem Start im Jahr 2010 hat sie sich sehr positiv entwickelt und gehört zu den Top-5-Bankmarken in Deutschland.



Ein Spot der neuen Kampagne:
<https://www.youtube.com/watch?v=p3tutN8Azoo>

WEITER AUF ERFOLGSKURS

Die TARGOBANK konnte ihren Wachstumskurs und ihre Marktposition weiter stärken – trotz eines herausfordernden Wirtschafts- und Wettbewerbsumfelds.



Zur „Besten nationalen Filialbank“ kürte das FAZ-Institut die TARGOBANK. Zudem erhielt sie das Gütesiegel „Club der Besten“ und schnitt beim Banking-Check „sehr gut“ ab.

Die TARGOBANK kann auf ein erfolgreiches Jahr 2018 zurückblicken. Mit einem Vorsteuerergebnis nach IFRS von 510 Millionen Euro (2017: 493 Millionen Euro) hat die Gruppe nicht nur ihre operativen Ziele erreicht, sondern parallel ihr Geschäftsmodell erweitert und um wichtige Zielgruppen ergänzt.

Dabei war das Markt- und Wettbewerbsumfeld im Berichtsjahr herausfordernd: Das Wachstum der deutschen Wirtschaft verlor 2018 an Dynamik und lag mit 1,5 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres (2017: 2,2 Prozent). Gründe waren die anhaltenden Belastungen aus der europäischen Finanzkrise und geopolitische Risiken. Gestützt wurde die deutsche Konjunktur von einer robusten Binnennachfrage und einem stabilen Arbeitsmarkt. Die privaten Konsumausgaben lagen um ein Prozent über dem Vorjahreswert. Und auch die Sparquote übertraf mit 10,2 Prozent leicht den Wert von 2017 (9,9 Prozent).

Wachsendes Firmenkundensegment

Die andauernde Niedrigzinsphase und zunehmende regulatorische Anforderungen wirkten sich 2018 auf den gesamten Bankensektor in

Deutschland aus. In diesem Umfeld konnte sich die TARGOBANK gut behaupten. Zum Gesamtergebnis hat das Privatkundengeschäft mit einem Vorsteuergewinn von 453 Millionen Euro mit Abstand den größten Beitrag geleistet (s. Seite 8). Weitere 57 Millionen Euro und damit 38 Prozent mehr als im Vorjahr entfielen 2018 auf das Firmenkundengeschäft (siehe Seite 16). Die Bilanzsumme der Gruppe legte im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozent auf 22 Milliarden Euro zu.

Neue Zielgruppen

Im Fokus der Wachstumsstrategie stand im Berichtsjahr neben dem kontinuierlichen Ausbau der bestehenden Geschäftsfelder die Erschließung neuer Zielgruppen: So gewann die TARGOBANK im neuen Segment der Geschäftskunden fast 5.000 Kleinunternehmer und Freiberufler hinzu. Eine Ausweitung des Angebots auf weitere Zielgruppen ist Anfang 2019 erfolgt (siehe Seite 14).

Darüber hinaus hat die TARGOBANK 2018 ihre Omnikanal-Strategie erfolgreich weiterentwickelt und stark in die Digitalisierung investiert. So wurden beispielsweise die Online-Vermögensverwaltung PIXIT (siehe Seite 12) und eine neue

ERGEBNIS
TARGOBANK GRUPPE
510 MIO. EUR

AUFWANDS-
ERTRAGSVERHÄLTNIS
54 %

216
AUSZUBILDENDE
UND DUALE STUDENTEN
STARTETEN 2018

KUNDENEINLAGEN
PLUS **6,2 %**
AUF
17 MRD. EUR

INVESTITIONS-
FINANZIERUNGEN
PLUS **25 %**

7.500
MITARBEITER
AUS **70**
NATIONEN

BILANZSUMME
PLUS **5 %**
AUF
22 MRD. EUR

KUNDENKREDIT-
VOLUMEN
TARGOBANK GRUPPE
20,54 MRD. EUR

RATENKREDITVOLUMEN
PLUS **8,6 %**
AUF
12,35 MRD. EUR

ZUNAHME
KREDITVERGABE
VIA INTERNET
PLUS **36 %**

FACTORING-
VOLUMEN
49,3 MRD. EUR

4 MILLIONEN
PRIVAT-,
GESCHÄFTS- UND
FIRMENKUNDEN

Alle Finanzkennzahlen nach IFRS.

Banking-App auf den Weg gebracht (siehe Seite 11). Sämtliche Vertriebskanäle konnten im Berichtszeitraum zulegen, wobei die digitalen im Vergleich zu den Offline-Kanälen ein deutlich stärkeres Wachstum verzeichneten. Das Online-Geschäft versteht die TARGOBANK als wichtige Unterstützung für ihre Filialen und die Beratung zu Hause – denn der Erfahrung nach nutzen Kunden vor allem im Erstkontakt die digitalen Kanäle, um dann später für die persönliche Beratung auch die Filiale oder die Beratung zu Hause in Anspruch zu nehmen.

Effiziente Struktur

Mit der Verschmelzung der TARGO Commercial Finance AG auf die TARGOBANK AG ist der Umbau der TARGOBANK Gruppe hin zu einer einfacheren und effizienteren Struktur 2018 vollendet worden. Trotz hoher Investitionen konnte das Aufwands-Ertrags-Verhältnis mit 54 Prozent im Berichtsjahr stabil gehalten werden. Die TARGOBANK vereinigt Privat-, Geschäfts- und Firmenkundengeschäft unter einem Dach und kombiniert die Vorteile einer Digitalbank mit professioneller und persönlicher Beratung.



KREDITGESCHÄFT: LÄUFT!

Dank neuer digitaler Services und einer attraktiven Produktpalette ist der Bereich Privatkunden der TARGOBANK weiterhin auf Wachstumskurs.

Finanzierung ist und bleibt die tragende Säule im Privatkundengeschäft. In den vergangenen Jahren konnte die TARGOBANK ihre Kreditvergabe kontinuierlich steigern (siehe Grafik). Die positive Entwicklung am Arbeitsmarkt und die optimistischen Zukunftsaussichten der Verbraucher sorgten dafür, dass das Konsumentenkreditgeschäft auch im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter gewachsen ist. Die anhaltend niedrigen Zinsen trugen zu dieser Entwicklung bei.

Konsumentenkredite legen kräftig zu

Wie in den Vorjahren haben die Ratenkredite auch 2018 den größten Anteil am Kreditvolumen der TARGOBANK. Am gesamten Kreditvolumen im Geschäft mit Privat- und Geschäftskunden hatten sie einen Anteil von 84,3 Prozent (siehe Grafik). Das Ratenkreditvolumen stieg im Berichtsjahr um 8,6 Prozent auf 12,35 Milliarden Euro.

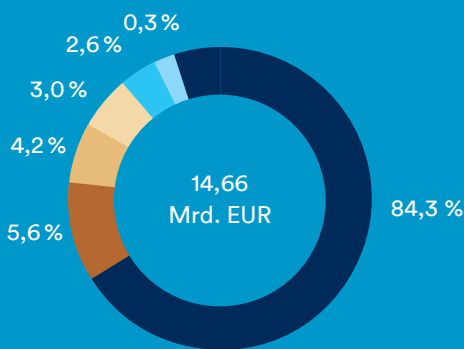
Die Kunden der TARGOBANK haben 2018 Dispositionskredite sowie Kreditkartenrahmen in Höhe von 1,06 Milliarden Euro in Anspruch genommen. Dieser Wert liegt 7 Prozent über dem Vorjahr. Insgesamt betragen

die Kundenforderungen im Privatkundengeschäft zum Berichtsstichtag 13,45 Milliarden Euro, im Vergleich zum Vorjahr (12,4 Milliarden Euro) entspricht das einem Anstieg von gut 8 Prozent.

Elektronische Signatur eingeführt

Im Berichtsjahr 2018 hat die Kreditvergabe über das Internet um 36 Prozent zugenommen. Die TARGOBANK investiert im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie zudem kontinuierlich in neue Services und Technologien. So hat die Bank Anfang 2018 die qualifizierte elektronische Signatur (QES) eingeführt. Damit wird der Online-Kreditabschluss für die Kunden noch bequemer und schneller. Der komplette Prozess, angefangen bei der Video-Identifikation bis hin zum Vertragsabschluss inklusive Signatur, kann online abgeschlossen werden. Die QES ersetzt die für den Verbraucherdarlehensvertrag gesetzlich vorgeschriebene Schriftform und erspart dem Kunden den Gang zur Postfiliale. Zukünftig will die Bank die elektronische Signatur für weitere Produkte ermöglichen.

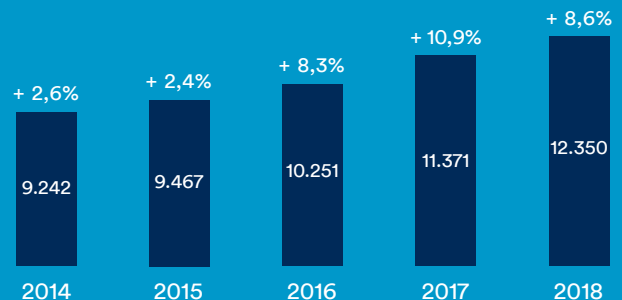
Privat- und Geschäftskundenkredite*



- Ratenkredite
- Absatzfinanzierung
- Kreditkarten
- Dispositionskredite
- Autobank
- Sonstige

* Kreditvolumen Stand: 31.12.2018

Ratenkredite: Starke Wachstumsdynamik seit 2016



In Mio. EUR (IFRS)



RUNDUM-SERVICE FÜR PRIVATKUNDEN

In den Bereichen Konto & Karten sowie Sparen & Vorsorge kann die TARGOBANK auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Der Ausbau der digitalen Services lief auf Hochtouren.

Die TARGOBANK baute im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre Bedeutung als Hausbank im Privatkundengeschäft und damit als zentraler Ansprechpartner in Finanzfragen weiter aus. Die Zahl der Kreditkartenkonten kletterte um 2,5 Prozent auf 1,18 Millionen Konten.

Trotz des Niedrigzinsumfeldes sind die Kundeneinlagen 2018 um gut 10 Prozent auf insgesamt 16,3 Milliarden Euro gewachsen. Die täglich fälligen Einlagen auf Girokonten stiegen um mehr als 10 Prozent von 6,71 Milliarden auf 7,39 Milliarden Euro. Auch bei den Tagesgeldkonten bleibt die TARGOBANK auf Wachstumskurs: Das Volumen der Einlagen auf diesen Konten legte im Berichtsjahr um rund 220 Millionen Euro oder 5,2 Prozent auf 4,42 Milliarden Euro zu.

Sparprodukte beliebt

Die anhaltenden Niedrigzinsen sorgten marktweit weiterhin für eine Zurückhaltung der Verbraucher, ihr Geld langfristig in Sparprodukte zu investieren. Gegen diesen Markttrend überzeugte die TARGOBANK ihre Kunden vor allem mit ihren beiden Produkten „Doppelzins-

Sparen“ und „Rendite-Sparkarte“. Entsprechend stieg das Volumen des Spargeschäfts 2018 um 102 Millionen Euro auf knapp 2 Milliarden Euro. Bei den Festgeldkonten erhöhte sich das Volumen um rund 14 Prozent auf 1,98 Milliarden Euro.

Dank niedriger Kosten und einer erfolgreichen Anlagestrategie konnte die TARGO Lebensversicherung AG, exklusiver Versicherungspartner der TARGOBANK, auch 2018 das hohe Niveau in der Gesamtverzinsung stabil halten. Sie lag inklusive des Überschussanteils bei 3,8 Prozent für die Sparanteile bei Kapital- und Rentenversicherungen. Die kapitaleffiziente Rentenversicherung wurde mit 4,1 Prozent verzinst.

Mehr Neukunden über Internet und Telefon

Im Privatkundengeschäft setzt die TARGOBANK weiterhin auf die Verbindung digitaler Services mit erstklassiger persönlicher Beratung in der Filiale oder beim Kunden zu Hause. Rund 30 Prozent der Neukunden kamen im abgelaufenen Geschäftsjahr über Internet oder Telefonkontakt zur TARGOBANK.

Neue digitale Services

Die TARGOBANK hat 2018 mit neuen Funktionen und einer neuen Banking-App weitere wichtige Schritte im Rahmen der Digitalisierungsstrategie getan. Auf der Startseite des Online-Bankings sehen TARGOBANK Kunden seit Sommer 2018 ihr persönliches Service-Barometer. Dieses zeigt in einem übersichtlichen Schaubild, welche persönlichen Daten der Kunde bei der Bank hinterlegt hat, welche kostenlosen Banking-Services er bereits nutzt und welche er zusätzlich noch nutzen kann. Mit wenigen Klicks kann der Kunde zudem direkt aus dem Service-Barometer Kontaktdaten und Kontaktkanäle verwalten. Mit dem Start der neuen Banking-App hat die TARGOBANK die bestehenden Services im Mobile Banking erweitert. Neben einem überarbeiteten Design und einer intuitiven Navigation bietet sie neue Features wie ein easyTAN-Verfahren, einen persönlichen Newsfeed, die Unterstützung von biometrischen Sensoren zur Anmeldung sowie ein digitales Haushaltsbuch. Letzteres ermöglicht dem Kunden einen detaillierten Überblick über alle Einnahmen und Ausgaben von Girokonto und Kreditkarte, die automatisch verschiedenen Kategorien zugeordnet werden. Außerdem kann der Kunde Notizen zu einzelnen Transaktionen hinzufügen.





INNOVATIVER ANLEGEN

Mit der neuen Online-Vermögensverwaltung PIXIT und einem erweiterten ETF-Angebot baut die TARGOBANK ihren Wertpapierbereich weiter aus.

Für Anleger brachte das Jahr 2018 Herausforderungen: Die Kapitalmärkte gaben angesichts der andauernden Finanz- und Staatsschuldenkrise im Euro-Raum sowie der internationalen Handelsstreitigkeiten nach. Der deutsche Leitindex DAX schloss das Jahr mit einem Minus von 18,3 Prozent ab und lag rund 2.360 Punkte unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung wirkte sich auch auf den Geldanlage-Bereich der TARGOBANK aus: Das Depotvolumen sank

leicht auf 10,4 Milliarden Euro (2017: 11,3 Milliarden Euro). Die Zahl der geführten Depots lag mit 230.800 im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls leicht unter der des Vorjahres.

Automatische Vermögensverwaltung

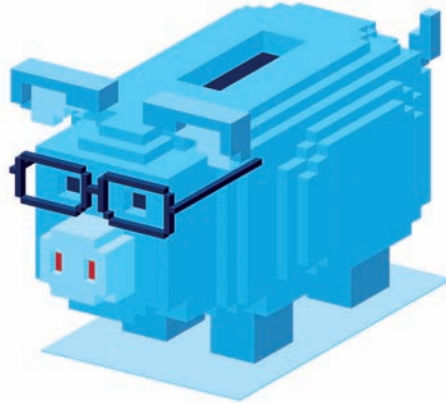
Doch trotz der Börsenturbulenzen führt in der anhaltenden Niedrigzinsphase für Anleger praktisch kein Weg an den Aktienmärkten vorbei. Die TARGOBANK bietet ihren Kunden in den

Filialen eine persönliche Beratung, bei der eine individuelle Anlagestrategie entwickelt wird. Für online-affine Kunden, die sich selbst nicht um die Wertpapierauswahl kümmern möchten oder die keine Zeit für eine persönliche Anlageberatung haben, hat die TARGOBANK im Berichtsjahr zudem eine Online-Vermögensverwaltung entwickelt. Der Robo-Advisor PIXIT investiert in eine weltweite Auswahl börsengehandelter ETFs und verwaltet das Vermögen vollautomatisiert. Mit PIXIT können Anleger online in wenigen Schritten ihre Strategie festlegen, indem sie Anlagewunsch, Wertpapierkenntnisse, Renditeziel und Risikobereitschaft angeben. Aus den Daten erstellt PIXIT automatisch ein Anlegerprofil und schlägt eine Anlagestrategie samt Wertpapierportfolio vor (siehe Grafik).

Die Verwaltung erfolgt nach dem Rebalancing-Prinzip: Weicht zum Beispiel der prozentuale Anteil einer Anlageklasse durch Kursveränderungen zu stark von der Zielallokation ab, steuert PIXIT automatisch nach. PIXIT lässt sich bereits ab 100 Euro monatlich oder mit einem Einmalbetrag von 5.000 Euro nutzen. Ab 2019 können Kunden die Entwicklung ihrer Geldanlage auch über die neue PIXIT-App im Blick behalten.

ETFs im Trend

Die TARGOBANK hat im Berichtsjahr ihr Angebot an börsengehandelten Indexfonds (ETFs) ausgebaut. ETFs bilden die Wertentwicklung von Börsenindizes nach – und sind bei Privatanlegern aufgrund ihrer Transparenz und geringer lau-



PIXIT heißt das neue Angebot, ein Kunstwort aus Pixel und Pig, eine Art digitales Sparschwein.

fender Kosten beliebt. Kunden der TARGOBANK können seit 2018 aus einem noch breiteren Spektrum an ETFs auswählen; neu hinzugekommen sind vor allem ETFs, die sich auf gesellschaftliche Megatrends, auf Nachhaltigkeitsthemen sowie auf ausgewählte Branchen fokussieren. In Kooperation mit iShares, dem ETF-Anbieter des weltweit größten Vermögensverwalters BlackRock, sowie HSBC Global Asset Management konnte die TARGOBANK ihren Kunden im Berichtsjahr besonders günstige Order-Konditionen bieten.



Hier geht's direkt
zu PIXIT:
www.targobank-pixit.de

Wissensdefizite bei der Geldanlage

In Finanzfragen fühlen sich viele Menschen überfordert. Um Abhilfe zu schaffen, müssten Schulen mehr in die Pflicht genommen werden. So lautet das Ergebnis einer Umfrage, die die TARGOBANK 2018 in den zehn größten NRW-Städten zum Thema „Finanzielle Bildung“ durchführte. Gut die Hälfte (53 Prozent) der Teilnehmer räumt ein, große Wissenslücken beim Thema Geldanlage zu haben. In der für die finanzielle Vorsorge besonders wichtigen Altersgruppe der 18- bis 39-Jährigen sind es sogar 57 Prozent. Während sich die Befragten bei Themen wie dem klassischen Zahlungsverkehr oder digitalen Banking gut informiert und sattelfest fühlen, sind viele NRW-Bürger beim Thema Geldanlage und Altersvorsorge rasch mit ihrem Latein am Ende. Besonders hoch ist die Quote bei Frauen:

Fast zwei Drittel (63 Prozent) der weiblichen Umfrageteilnehmer fühlen sich schlecht informiert und sind mit dem Thema Geldanlage überfordert.

Schule in der Pflicht

Die große Mehrheit (94 Prozent) wünscht sich, dass finanzielle und ökonomische Themen mehr Raum an den Schulen einnehmen. Ein eigenes Schulfach „Wirtschaft“ fordert gut die Hälfte der Befragten (55 Prozent). Ein Weg, Schulen bei der Vermittlung von Finanzwissen zu unterstützen, kann beispielsweise sein, Bankkaufleute und Finanzexperten an die Schulen zu holen – wie dies die TARGOBANK Stiftung seit 2003 mit dem Projekt „Fit für die Wirtschaft“ praktiziert (siehe auch Seite 18).



WACHSTUM MASSGESCHNEIDERT

Die TARGOBANK hat ihr Angebot für Kleinunternehmen, Selbstständige und Freiberufler erfolgreich etabliert. Auch die Autobank sowie die Bereiche Absatzfinanzierung und Partner-Programm verzeichneten ein Plus.

Mit der Etablierung eines eigenen Geschäftskundensegments hat die TARGOBANK im Berichtszeitraum ihre Wachstums- und Diversifizierungsstrategie konsequent vorangetrieben. Nach einer erfolgreichen Pilotphase startete die TARGOBANK 2018 deutschlandweit mit ihrem neuen maßgeschneiderten Produkt- und Serviceangebot für Kleinunternehmen, Selbstständige und Freiberufler. Diese können für ihren geschäftlichen Zahlungsverkehr verschiedene Business-Konten und Business-Kreditkarten

nutzen. Zugleich erweiterte die TARGOBANK ihr Finanzierungsangebot für Geschäftskunden um den neuen Business-Kredit zur freien geschäftlichen Verwendung. Er ergänzt den Kredit für Selbstständige, der sich an Kleinunternehmer mit einem privaten Finanzierungswunsch richtet. Fast 5.000 Geschäftskunden haben im Berichtsjahr die neuen Produkte bereits genutzt, ein Viertel davon sind Handwerksbetriebe. Das Kreditvolumen überstieg auf Anhieb die Marke von 25 Millionen Euro. Besonders gefragt ist das

unbürokratische und einfache Kreditantragsverfahren: Beim unbesicherten Business-Kredit bis 100.000 Euro reichen aktuelle Einkommens- und Umsatzsteuerbescheide sowie ein Nachweis, dass die Firma schon mindestens drei Jahre existiert. Die Kreditentscheidung erfolgt in der Regel binnen 24 Stunden, oft sogar direkt.

In den Filialen stehen Geschäftskunden extra geschulte Ansprechpartner zur Seite. Zudem ist das TARGOBANK Geschäftskundencenter telefonisch auch außerhalb der Filialöffnungszeiten erreichbar. Seit 2019 bietet die TARGOBANK ihre Geschäftskunden-Services auch Personengesellschaften und eigentümergeführten Kapitalgesellschaften wie GmbH, GbR, OHG und KG an.

Neue Services der Autobank

Die Autobank hat sich seit Markteintritt 2015 am Autobankenmarkt weiter etabliert und bietet mehr als 2.500 Kfz-Händlern umfassende Services mit dem Schwerpunkt auf Einkaufs- und Absatzfinanzierungen an. Mit einem Finanzierungsvolumen von 384 Millionen Euro (Vorjahr: 300 Millionen Euro) konnten die Autobanker 2018 um 28 Prozent zulegen. Im Januar 2018 ist zudem das Autobank-Beratungs-Center erfolgreich gestartet, das sich um die telefonische Betreuung der Kfz-Händler kümmert. Zudem ging der digitale Floor-Check in die Testphase; er ermöglicht unter anderem eine

regelmäßige Bestandsprüfung des Fuhrparks und bietet erhebliche Prozessverbesserungen für Kfz-Händler. Zu den Neukunden der Autobank zählte im Berichtsjahr das Autohaus König, einer der größten Renault-Händler Deutschlands.

Plus bei Kooperationen

Als Kooperationspartner im Bereich Absatzfinanzierung arbeitet die TARGOBANK mit mehr als 5.600 Fachhändlern zusammen, darunter Saturn, Media-Markt, Karstadt, Real, Möbel Martin und Toom Baumarkt. Die über Fach- und Einzelhändler eingereichten Kredite wuchsen 2018 um rund 180 Millionen Euro auf 928 Millionen Euro – ein Plus von 24 Prozent. Im Zuge der Digitalisierung implementierte die TARGOBANK in der Absatzfinanzierung neben der qualifizierten elektronischen Signatur auch ein „Online Short-Flow“ für Händler sowie ein „Dealer-Relationship-Management-Tool“ für den Vertrieb und den Innendienst.

Das Partner-Programm der TARGOBANK gewann 20 Prozent mehr Neukunden als im Vorjahr. Neue Partner sind unter anderem Komatsu, Deutsche Edelstahlwerke und Teekanne. Über ihr Partner-Programm bietet die TARGOBANK mehr als 800 Kooperationspartnern und gut 130.000 Kunden aus den Bereichen Handel, Industrie und Verbände exklusive Produktvorteile und Services.

Kleinunternehmer wünschen sich Beratung auf Augenhöhe

Jeder siebte Unternehmer ist unzufrieden mit seiner Geschäftsbank, jeder zweite ist bereit, die Bank zu wechseln. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage, die die TARGOBANK 2018 zum Eintritt in das Geschäftskundensegment unter Kleinunternehmern durchführen ließ. Als häufigste Gründe für die Unzufriedenheit mit der eigenen Bank nannten die Befragten schlechte Konditionen, schlechten Service und schlechte Betreuung.

Ein Viertel der Befragten fühlte sich von seiner Bank nicht partnerschaftlich behandelt beziehungsweise in seinen unternehmerischen Herausforderungen nicht richtig verstanden. Gut jedes zweite Unternehmen hat laut Umfrage schon einmal einen Geschäftskredit beantragt. Knapp zwei Drittel der Befragten erhielten die Kreditentscheidung ihrer Geschäftsbank erst innerhalb einer Woche nach dem ersten Beratungsgespräch, ein Viertel hat sogar länger als zwei Wochen auf die Entscheidung warten müssen.





FINANZIERUNGSPARTNER FÜR UNTERNEHMEN

Die TARGOBANK hat sich mit Factoring und Leasing erfolgreich als einer der führenden Anbieter für Mittelstandsfinanzierungen in Deutschland etabliert.

Die TARGOBANK hat im Berichtsjahr ihre Positionierung im Firmenkundengeschäft deutlich ausgebaut. Sie verzeichnete ein Kreditvolumen von insgesamt 5,88 Milliarden Euro. Mit 4,74 Milliarden Euro entfielen mehr als 80 Prozent davon auf den Bereich Factoring (siehe Grafik), gefolgt von Leasing (889 Millionen Euro) und Investitionsfinanzierung (254 Millionen Euro). Firmenkredite machen somit bereits fast 30 Prozent des Gesamt-Kreditvolumens der TARGOBANK aus. Mit der Verschmelzung der TARGO Commercial Finance AG auf die TARGOBANK AG zum 1. August 2018 wurde der Umbau der TARGOBANK Gruppe im Berichtsjahr abgeschlossen. In der TARGO Commercial Finance AG waren zuvor Teile der Factoring-Aktivitäten und der Investitionskredite gebündelt. Seitdem steht die TARGOBANK auch organisatorisch für eine schlanke, effiziente und schlagkräftige Bank mit Privat-, Geschäfts- und Firmenkundengeschäft unter einem Dach.

Produktionsvolumen gesteigert

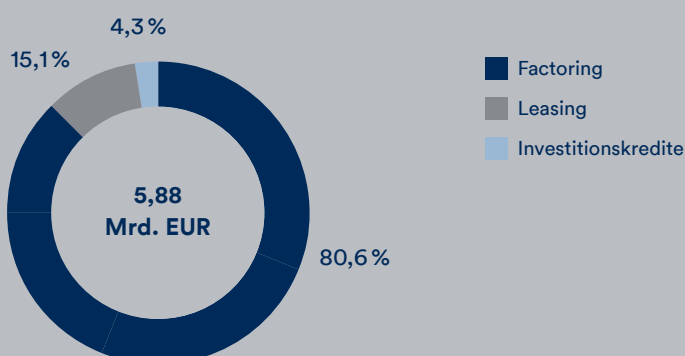
Mit einem Factoring-Umsatz von 49,34 Milliarden Euro gehört die TARGOBANK 2018 in diesem Bereich zu den Marktführern in Deutschland. Factoring gehört mit zu den wichtigsten

Finanzierungsinstrumenten für Expansionen und Innovationen in mittelständischen Unternehmen. Über den Vertriebskanal Leasing konnte die TARGOBANK ihr Produktionsvolumen im Vergleich zum Vorjahr um fast 25 Prozent auf 563 Millionen Euro steigern. Dabei wurden zahlreiche Neukunden gewonnen, vor allem in den Schwerpunktbranchen IT- und Office-Equipment sowie Transport. Die Investitionsgüter werden dem Kunden über Mietkauf, Leasing und Darlehen überlassen. Leasingnehmer bzw. Mieter sind in der Regel mittelständische Unternehmen.

Digitalisierung und Vertriebsausbau

Im Zuge der Digitalisierung und Automatisierung hat die TARGOBANK 2018 auch im Firmenkundenbereich zahlreiche Prozesse optimiert: So entwickelte die TARGOBANK ihr Online-Händlerportal weiter und implementierte ein eigenes Management-Tool für Vertrieb und Innendienst. Insgesamt investierte die Bank im Firmenkundengeschäft zudem in den weiteren Ausbau ihrer Vertriebsstrukturen: Zum 31.12.2018 betreuten mehr als 500 Mitarbeiter bundesweit gut 22.000 Firmenkunden. Der Schwerpunkt lag auf mittelständischen Unternehmen.

Kreditvolumen* im Firmenkundengeschäft 2018



* Kreditvolumen Stand: 31.12.2018



1



2

WIR TUN WAS

Die TARGOBANK übernimmt Verantwortung in der Gesellschaft. Mit Spenden, Sponsoring und vielen Möglichkeiten für die Mitarbeiter, sich einzubringen.

Über die TARGOBANK Stiftung engagieren wir uns für Projekte, die Finanzwissen vermitteln. Seit mehr als 15 Jahren besuchen unsere Mitarbeiter im Rahmen des Bildungsprojekts „Fit für die Wirtschaft“ als ehrenamtliche Wirtschaftstrainer Schulen. In fünf Doppelstunden führen sie die Schüler der 8. und 9. Klassen praxisnah an wichtige Wirtschaftsthemen heran, etwa an den vernünftigen Umgang mit dem eigenen Geld. Seit Projektstart im Jahr 2003 haben rund 2.200 Klassen mit mehr als 56.000 Schülern und über 1.900 unserer Mitarbeiter teilgenommen. Unsere Stiftung engagiert sich auch, wenn es um akute Hilfe in finanziellen Not-

situationen geht. So unterstützt unsere Stiftung die Schuldenhelpline, ein bundesweites Angebot der Schuldnerhilfe Köln. Dort können sich Menschen, die in finanzielle Schwierigkeiten geraten sind und Schulden haben, anonym per Telefon, E-Mail oder Internet beraten lassen.

Klassische Musik und Kulturaustausch

Auch Kunst, Kultur und Medien fördert die TARGOBANK: So sponsern wir seit 2012 den Internationalen Deutschen Pianistenpreis. Preisträger 2018 war der Südkoreaner Hans H. Suh. Zudem sind wir neuer Sponsor des Düssel-



dorfer Frankreichfests und der Oldtimerrallye „Tour de Düsseldorf“. Als deutscher Tochtergesellschaft der französischen Genossenschaftsbank Crédit Mutuel mit Hauptsitz in Düsseldorf liegt uns der kulturelle Austausch zwischen Deutschland und Frankreich am Herzen. Und last but not least unterstützte die TARGOBANK 2018 den „1. Medienpreis Mittelstand NRW“.

Mitarbeiter packen mit an

Der Freiwilligentag hat Tradition bei der TARGOBANK. Einen Tag pro Jahr dürfen sich unsere Mitarbeiter von der Arbeit freistellen lassen, um in Kindergärten, Seniorenheimen, Tafeln oder bei anderen sozialen Projekten zu helfen. Auch 2018 beteiligten sich zahlreiche Mitarbeiter, unter anderem beim Kinderprojekt „Die Arche“ in Düsseldorf und beim Verein „Immersatt“ in Duisburg.

Rund 6.000 Teilnehmer starteten im August 2018 zum 13. Duisburger TARGOBANK Run. Dabei standen nicht nur der sportliche Erfolg und der gemeinsame Spaß im Fokus, sondern auch das soziale Engagement. Insgesamt 40.000 Euro kamen durch die Startgelder 2018 für gemeinnützige Einrichtungen in der Regi-

on zusammen. Seit dem ersten Startschuss im Jahr 2005 wurden insgesamt rund 500.000 Euro gespendet.

Kleine Beträge, große Wirkung

Über „Wundertaler e.V.“ lassen unsere Mitarbeiter die Cent-Beträge auf den Gehaltsabrechnungen groß rauskommen: Mehr als 3.500 Mitarbeiter spendeten 2018 die Cent-Beträge ihres Gehalts – und sammelten so 17.000 Euro. Die TARGOBANK hat diesen Betrag wie immer verdoppelt, sodass 34.000 Euro an gemeinnützige Organisationen gingen.

Seit 2018 können auch unsere Kunden die Cent-Beträge, die am Monatsende auf dem Girokonto übrig bleiben, spenden. Mit dem Geld unterstützen wir den bundesweit tätigen Verein „Herzenswünsche“, der schwer erkrankten Kindern und Jugendlichen Wünsche erfüllt.

- 1. TARGOBANK Run lockte allein 6.000 Läufer.
- 2. Der Blutspende-bus des Deutschen Roten Kreuzes war im Oktober 2018 zu Gast vor der Hauptverwaltung. 49 Mitarbeiter, darunter Pressesprecherin Sonja Glock, spendeten fast 25 Liter Blut.
- 3. Ryan Volker beim Freiwilligentag in der „Arche“.
- 4. TARGOBANK Azubis verkauften 450 Stoffbären zugunsten der Aids-Hilfe Duisburg – und sammelten 4.000 Euro.
- 5. „Wundertaler“ unterstützt ein Bildungsprojekt der Kindernothilfe im Libanon.

➔ Mehr Informationen unter:
www.targobank.de/ueber-uns/engagement

VIelfACH AUSGEZEICHNET

Die TARGOBANK gehört zu den besten Arbeitgebern Deutschlands. Besonders mit ihrer praxisnahen Ausbildung und ihrem umfangreichen Gesundheitsprogramm kann die Bank punkten.



Als TARGOBANK leben wir eine offene Unternehmenskultur. Zentral sind ein fairer, wertschätzender Umgang, ein kollegiales Miteinander und eine Führung auf Augenhöhe. Wir legen großen Wert auf eine nachhaltige Geschäftspolitik, die unseren Mitarbeitern ein gesundes Arbeitsumfeld bietet und ihnen viel Spielraum lässt, sich einzubringen und mitzugestalten. Insgesamt arbeiten rund 7.500 Mitarbeiter bundesweit für uns. 2018 starteten 216 neue Auszubildende und duale Studenten bei uns ins Berufsleben.

Immer beweglich bleiben

Die Wünsche der Kunden ändern sich enorm und die Digitalisierung verändert nahezu alle Bereiche des Lebens. Um schneller auf die sich wandelnden Anforderungen zu reagieren, testen wir seit 2018 im Servicecenter in Duisburg agile Arbeitsmethoden. Dort arbeiten bereichsübergreifende Teams an Themen und Technologien von morgen. Alle Mitarbeiter sind eingeladen, dabei mitzugestalten.

Mehrfach ausgezeichnet

Bereits zum zwölften Mal in Folge wurden wir auch 2018 zum „Top Employer“ gekürt. Überzeugen konnten wir die Jury vor allem mit unserem Gesundheitsmanagement und unseren Konzepten in den Bereichen Training, Führungskräfteentwicklung, Einarbeitung sowie Karriere- und Nachfolgeplanung.

Auch im Jahr 2018 erhielten wir das „Best Place To Learn“-Siegel, das nur Unternehmen erhalten, die anhand von 70 Qualitätskriterien nachweisen, dass sie junge Menschen hervorragend ausbilden. Besonders positiv bewertet wurde, dass unsere Ausbildung sehr praxisnah ist und die Auszubildenden früh Verantwortung übernehmen können.

Unser mehrfach ausgezeichnetes Gesundheitsmanagement „Ça va – Wie geht’s?“ setzt vor allem auf Prävention, berufliche Wiedereingliederung im Krankheitsfall und unterstützt Mitarbeiter in schwierigen Le-



bensituationen. Weitere Schwerpunkte sind Ernährung, Bewegung und Work-Life-Balance.

Award für Mitarbeiter

Jedes Jahr zeichnen wir Mitarbeiter aus, die einen besonderen Beitrag geleistet und unsere Unternehmenswerte „einfach, leistungsstark, auf Augenhöhe und zuverlässig“ auf überdurchschnittliche Art vorgelebt haben. Im Rahmen eines Events in Dresden wurden die Nominierten im Juni 2018 mit dem TARGOBANK Award ausgezeichnet.

Besonderes Highlight: der kreative Graffiti-Workshop, bei dem sich die Gewinner künstlerisch mit dem Zusammenwachsen der Bank beschäftigten.

Was uns bewegt

1. Topbewertungen für die TARGOBANK

Ausbildung: das Gütesiegel „Best Place To Learn“.

2. Graffiti-Workshop unter dem Motto „One Bank“ in Dresden für die Preisträger des TARGOBANK Awards.

3. Gut vorbereitet starten: neue Azubis beim Begrüßungs-event in unserer Trainingsakademie in Radevormwald.

Für den Notfall gewappnet

Die TARGOBANK hat 2018 als zweite Bank in Deutschland überhaupt ein Gütesiegel für ihr Business Continuity Management (BCM) erhalten.

Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltigkeit zertifizierte das System der Bank nach ISO-Standard. Punkten konnte unser Haus mit einem ganzheitlichen BCM-Ansatz, der sicherstellt, dass sie bei einem Notfall schnell wieder in den Normalbetrieb übergehen



kann. Detaillierte Notfallpläne gibt es nicht nur für Ausfälle des Gebäudes, etwa durch einen Stromausfall, sondern auch durch andere mögliche Auslöser für eine Betriebsunterbrechung wie Personal-, Dienstleister- und Systemausfälle.



Einblicke in Aus- und Weiterbildung bei der TARGOBANK: voila.targobank.de/ein-tag-mit-andreas-wolter



UMWELTBEWUSST HANDELN

Die TARGOBANK arbeitet in vielen Bereichen daran, Ressourcen zu schonen, Müll zu vermeiden und den Energieverbrauch zu senken.

Verantwortungsbewusstes Handeln ist in unseren Unternehmenswerten fest verwurzelt. Deshalb sind uns der Schutz der Umwelt und der möglichst sparsame und nachhaltige Umgang mit den natürlichen Ressourcen zentrale Anliegen. Wir arbeiten beständig daran, die Auswirkungen unserer Standorte auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Zu unseren Maßnahmen gehören eine effiziente Gebäudetechnik, die Förderung einer umweltfreundlichen Mobilität sowie ein umfassendes Ressourcen- und Abfallmanagement.

Umstieg auf LED-Beleuchtung in Filialen

Wir haben in den vergangenen Jahren zahlreiche

Investitionen getätigt, um den Energieverbrauch zu senken. 2018 flossen alleine rund 530.000 Euro in den Austausch der vorhandenen Beleuchtung gegen LED-Beleuchtung. Dank dieser Maßnahme ist künftig ein Stromersparnis von rund 160.000 Kilowattstunden pro Jahr zu erwarten. Zudem werden im gesamten Unternehmen und in den Filialen Bewegungsmelder genutzt, was ebenfalls Energie spart.

Intern fördern wir einen bewussten Umgang mit Ressourcen. Dazu haben wir im Berichtsjahr im gesamten Unternehmen auf FCS-zertifiziertes Recycling-Papier umgestellt. Unser Mitarbeitermagazin erscheint zudem nicht mehr als gedruck-

te Version, sondern in digitaler Form als App. Zu unseren Zielen gehört auch eine weitgehend papierlose Filiale sowie papierloser Kundenverkehr. In den vergangenen fünf Jahren konnte der Papierverbrauch bereits um gut ein Viertel verringert werden (siehe Grafik).

Einwegbecher und Plastiktüte ade

Im Rahmen eines effizienten Abfallmanagements haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr Einwegbecher schrittweise abgeschafft. Allein in der Hauptverwaltung können so rund 100.000 Becher jährlich eingespart werden. Unseren Mitarbeitern stehen als Alternative Tassen in den Kaffeeküchen zur Verfügung. Parallel ersetzen seit 2018 Baumwolltaschen in den Filialen die bisherigen Plastiktüten, in denen Kunden ihre Dokumente mitnehmen können. Jährlich lassen sich so rund 50.000 Plastiktüten einsparen.

Ladestationen für E-Autos

Auch im Bereich Mobilität setzen wir uns für eine nachhaltige Entwicklung ein. So unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, einen umweltfreundlichen Dienstwagen zu nutzen, beispielsweise durch

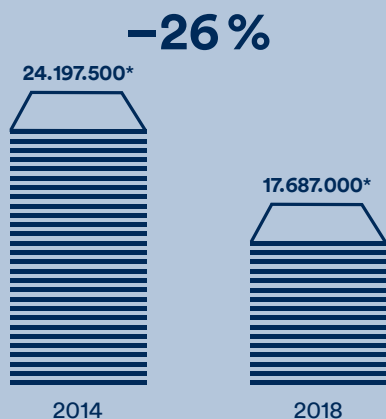


Tasse statt Einwegbecher
– da schmeckt der Kaffee gleich doppelt gut. Und die Umstellung spart jede Menge Plastikmüll.

eine höhere Förderung von Autos mit einem niedrigeren CO2-Ausstoß und ein höheres Budget für Hybrid- oder Elektrofahrzeuge. Zusätzlich wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 20 Ladestationen für Elektro-Fahrzeuge an der Hauptverwaltung in Düsseldorf und in Duisburg installiert; weitere Stationen folgen an unserer Trainingsakademie in Radevormwald.

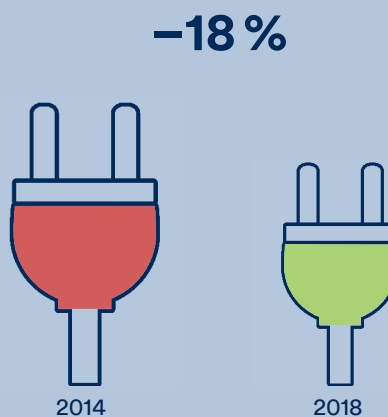
Und durch den Einsatz moderner Sicherheitstechnik konnten wir die Anzahl der Kontrollfahrten im Berichtszeitraum um rund 15 Prozent reduzieren – und entsprechende Schadstoffemissionen vermeiden.

Papierverbrauch reduziert



In den vergangenen fünf Jahren konnten wir den Papierverbrauch um gut ein Viertel senken.

Stromverbrauch gesenkt



Dank erhöhter Energieeffizienz konnten wir unseren Stromverbrauch in den Filialen seit 2014 um gut 18 Prozent senken.

* Blätter

SICHERE PARTNER

Seit zehn Jahren gehört die TARGOBANK zur französischen Genossenschaftsbank Crédit Mutuel und ist den Werten einer Genossenschaft verpflichtet: Nähe, Transparenz und Vertrauen.



Pascal Laugel
Vorstandsvorsitzender



Jürgen Lieberknecht
Vorstand Privat- und Geschäftskunden



Berthold Rüsing
Vorstand Firmenkunden

Die TARGOBANK AG verfügt über gut 90 Jahre Erfahrung auf dem deutschen Markt. Wir betreuen 4 Millionen Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden. Unser Angebot für Privatkunden umfasst die Bereiche Konto & Karten, Kredit & Finanzierung, Sparen & Geldanlage, Vermögen sowie Schutz & Vorsorge. Angebote für Geschäfts- und Firmenkunden ergänzen unser Geschäftsmodell: So bieten wir Absatzfinanzierungen für Einzelhändler, über die Autobank Einkaufs- und Absatzfinanzierungen für Kfz-Händler sowie Finanzprodukte für Kleinunternehmen, Selbstständige und Freiberufler an. Im Firmenkundengeschäft offerieren wir Unternehmen Finanzierungslösungen in den Bereichen Factoring und Leasing. Wir sind bundesweit mitführend im Geschäftsfeld der Konsumentenkredite sowie im Facto-

ring und sind einer der größten Kreditkartenherausgeber in Deutschland. Der Schwerpunkt liegt in allen Geschäftsbereichen auf einfachen, attraktiven Bankprodukten, gutem Service sowie auf einer langfristigen und nachhaltigen Entwicklung.

Um nah am Kunden zu sein, betreiben wir rund 350 Standorte in 200 Städten in Deutschland. Gegen den Branchentrend haben wir 2018 in den Ausbau der lokalen Präsenz mit der Eröffnung von drei neuen Filialen in Schorndorf, Meißen und Weiden investiert.

Telefonisch sind unsere Mitarbeiter rund um die Uhr im Service Center erreichbar. Dabei kombinieren wir die Vorteile einer Digitalbank mit persönlicher Beratung und exzellentem Service in den Filialen und beim Kunden zu Hause. Denn trotz zunehmender Digitalisierung gehört



Maria Topaler
Vorstand Risikomanagement

der persönliche Kontakt zwischen Berater und Kunden nach wie vor zu unseren wichtigsten Vertriebswegen.

Hauptsitz der TARGOBANK ist Düsseldorf. Deutschlandweit beschäftigen wir rund 7.500 Mitarbeiter aus 70 Nationen. In Duisburg führen wir ein Dienstleistungszentrum mit 2.000 Mitarbeitern. Hinzu kommen Verwaltungsstandorte in Mainz (Factoring) und Düsseldorf (Leasing). Als Tochter der Genossenschaftsbank Crédit Mutuel, einer der größten und finanzstärksten Bankengruppen Europas, sind wir ein sicherer Partner für unsere Kunden.



Weitere Informationen unter
www.targobank.de und
www.creditmutuel.fr/de

Durch und durch solide



Seit zehn Jahren ist die TARGOBANK Teil der französischen Bankengruppe Crédit Mutuel. Sie vereint die Stärken einer Genossenschaftsbank mit starker regionaler und lokaler Verankerung mit denen der international agierenden Geschäftsbank Crédit Industriel et Commercial (CIC) – und bildet ein weltweites Netzwerk mit 4.500 Geschäftsstellen, rund 70.000 Mitarbeitern und mehr als 24 Millionen Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden.

Der genossenschaftliche Gedanke

Dass der Crédit Mutuel zu den sichersten Banken Europas gehört, hat er 2018 beim Banken-Stress-Test der Europäischen Bankenaufsicht bewiesen. Überzeugen konnte die Bank vor allem mit einer robusten Eigenkapitalquote. Die Bankengruppe sieht einen wichtigen Grund für ihre Stärke und Stabilität in ihrer genossenschaftlichen Struktur. Der Crédit Mutuel beruht auf den Werten des berühmten deutschen Bürgermeisters Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818–1888) – und ist nicht börsennotiert. Wichtige Säulen des genossenschaftlichen Handels sind Solidarität, eine langfristige und nachhaltige Geschäftsentwicklung und Mitgliederbeziehung sowie das Gegenseitigkeitsprinzip. All diese Aspekte machen den Mutterkonzern und damit auch die TARGOBANK zu einem sicheren und verlässlichen Partner auf dem Markt.

Weitere Informationen



Axel Bäumer
Leiter Externe Kommunikation
T +49 211 8984-1959
E-Mail: axel.baeumer@targobank.de



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



www.facebook.com/targobank



www.youtube.com/targobank



www.instagram.com/targobank



www.twitter.com/targobank



www.linkedin.com/company/targobank



www.xing.com/company/targobank

Herausgeber
TARGOBANK AG
Unternehmenskommunikation
Kasernenstraße 10-12
40213 Düsseldorf

Redaktion und Gestaltung
Siccma Media GmbH, Köln

Fotonachweis
TARGOBANK, Getty Images,
Ulrich Gernhardt, Tom Lorenz,
Michael Flippo