

ZEIT FÜR RÜCKENWIND



INHALT

Jahresbericht 2020

- 4 Vorwort**
Isabelle Chevelard, Vorstandsvorsitzende
TARGOBANK
- 6 Stärke zeigen in der Krise**
Wirtschaftliche Entwicklung im Berichtsjahr

Geschäftsbereiche

- 10 Viele Wege zum Kredit**
Mehr Abschlüsse über Telefon und Internet
- 12 Bankkarte statt Banknote**
Digitales und kontaktloses Bezahlen nimmt zu
- 14 Geldanlage im Aufwind**
Zuwächse bei Depots und bei PIXIT
- 18 Herausforderungen flexibel meistern**
Autobank legt deutlich zu und Absatzfinanzierung
schließt neue Kooperationen
- 22 In die Zukunft investieren**
Stabile Entwicklung bei Firmenkunden, Agrartechnik als
neues Wachstumsfeld, Förderung des digitalen Lernens

Arbeitgeber TARGOBANK

- 24 Miteinander füreinander**
Homeoffice und Hygienekonzepte
- 26 Auch digital füreinander da**
Gelebte Vielfalt, Digitalisierung in der Arbeitswelt,
starkes Gesundheitsmanagement

Jeder Beitrag zählt

- 28 Umweltschutz und Nachhaltigkeit bei der
TARGOBANK**
- 30 Soziale Verantwortung und gesellschaftliches
Engagement**

Nur gemeinsam erfolgreich

- 32 TARGOBANK und ihr genossenschaftlicher Rückhalt**



Isabelle Chevelard,
Vorstandsvorsitzende
TARGOBANK

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE KUNDINNEN UND KUNDEN,

neue Erfahrungen machen zu können, gilt im Allgemeinen als etwas sehr Positives. Doch auf vieles, was wir 2020 – im Jahr der beispiellosen Corona-Pandemie – neu erfahren mussten, hätten wir lieber verzichtet. Vor allem auf den Verlust von Menschenleben und die vielen Fälle schwerer Krankheitsverläufe. Ebenso auf die Belastungen, mit denen die Pandemie die gesamte Gesellschaft, jede und jeden Einzelnen eingeschränkt und viele in ihrer wirtschaftlichen Existenz getroffen hat.

In diesem Jahresbericht der TARGOBANK gibt es praktisch keinen Abschnitt, in dem die Pandemie nicht in irgendeinem Aspekt ihren Widerhall findet. Dabei zeigen wir, wie wir mit der Herausforderung umgegangen sind – und dass es in der gemeinsamen Bewältigung der schwierigen Situationen tatsächlich auch positive neue Erfahrungen gegeben hat. Höchsten Stellenwert hatte und hat für uns stets die Gesundheit von KundInnen und MitarbeiterInnen.

Wie wir als Bank das Pandemiejahr 2020 bewältigt haben, zeigen letztlich auch die Geschäftszahlen, über die wir hier berichten. Der Start ins Jahr 2020 war sehr gut, das Ende können wir als versöhnlich bezeichnen. Dazwischen lagen Monate, wie sie noch niemand erlebt hatte. Die Bilanzsumme der Gruppe legte 2020 abermals um 15 Prozent auf 28,35 Milliarden Euro zu. Das Vorsteuerergebnis von 426 Millionen erreicht nicht das Niveau des Vorjahres, dies

hängt vor allem mit der um 116 Millionen Euro erhöhten Vorsorge für potenzielle Risiken zusammen. Sie ist eine Reaktion auf die erwarteten ökonomischen Pandemiefolgen.

Die TARGOBANK hat ihre Solidität und Verlässlichkeit auch im zurückliegenden Krisenjahr unter Beweis gestellt. Und ich bin davon überzeugt, dass wir aus diesen Erfahrungen heraus auch für das laufende Geschäftsjahr die strategischen Weichen in Richtung Zukunftsfähigkeit gestellt haben: Nachhaltiges Wachstum, die enge Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen der Crédit Mutuel Alliance Fédérale sowie der fortwährende Ausbau der Digitalisierung und unseres Omnikanal-Ansatzes im Dienste unserer KundInnen stehen dabei im Fokus.

Dass wir trotz der Krise ein zufriedenstellendes Ergebnis erzielt haben, ist ganz entscheidend auf unser Teamwork und Engagement all unserer MitarbeiterInnen zurückzuführen. Sei es in den Filialen, in denen wir in kürzester Zeit von Präsenzberatung zu telefonischer Betreuung wechselten, sei es im Kundencenter, das sehr schnell und flexibel die benötigten Kapazitäten und digitalen Kanäle bereitstellte – oder in der Autobank, die KooperationspartnerInnen und KundInnen pragmatische Lösungen anbieten konnte. Dieselbe Dynamik war auch im Anlagegeschäft, in der Absatzfinanzierung, im Geschäfts- und Firmenkundenbereich zu beobachten. All unseren

MitarbeiterInnen danke ich sehr herzlich für diese außergewöhnliche Leistung!

Neben diesem Einsatz und diesem Zusammenhalt gibt es bei der TARGOBANK einen weiteren Faktor, der uns zuversichtlich stimmt, auch weiter gut durch diese Krise zu kommen: ein sehr starkes Mutterunternehmen, Crédit Mutuel Alliance Fédérale, das uns mit seiner finanziellen Substanz sehr viel Sicherheit gibt. Unsere Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden können der TARGOBANK deshalb auch in schwierigen Zeiten vertrauen. Für dieses in uns gesetzte Vertrauen möchte ich mich bei unseren KundInnen ausdrücklich bedanken!

Wenn ich hier zu Beginn von neuen Erfahrungen gesprochen habe, dann gilt dies auch für mich ganz persönlich. Denn seit 2019 habe ich die TARGOBANK bereits aufgrund meiner Berufung in deren Aufsichtsrat kennen- und schätzen gelernt. Seit dem 1. Januar 2021 leite ich die TARGOBANK als Vorsitzende des Vorstands – eine Aufgabe, die ich mit viel Freude übernommen habe.

Die zurückliegenden Wochen habe ich intensiv dazu genutzt, die TARGOBANK noch besser kennenzu-

lernen und – unter Einhaltung der Hygienevorschriften – sehr viel zuzuhören. Begegnet ist mir dabei eine Bank, in der die Menschen gerne arbeiten und Freude daran haben, gemeinsam erfolgreich zu sein. Eine sehr vitale Bank mit dem Mut und dem Können, die großen Aufgaben der Zukunft anzugehen.

Vieles wird sich nach der – im Laufe des Jahres 2021 hoffentlich überstandenen – Pandemie verändert haben. Wir haben, teils leidvoll, erkennen müssen, wie wichtig Gesundheit ist – und auch für unser gesellschaftliches und ökologisches Handeln gilt es, Lehren zu ziehen. Vieles wird aber auch Bestand haben. Mit Blick auf die TARGOBANK sind dies unsere Zuverlässigkeit, unser Teamgeist und der Ehrgeiz, uns für unsere KundInnen weiterzuentwickeln und noch besser zu werden.

Düsseldorf im April 2021

Isabelle Chevelard, Vorstandsvorsitzende

Digitaler und flexibler

Wie schnell und tiefgreifend die Corona-Pandemie Verantwortliche in Staat, Gesellschaft und Unternehmen zum Handeln zwingen würde, war bis zum Eintreten dieses Ereignisses nicht absehbar. Daher ist es um so bemerkenswerter, dass in vielen Bereichen Anpassungen nahezu in Echtzeit möglich waren – oder möglich gemacht wurden. Die TARGOBANK verlagerte einen Großteil der Arbeitsplätze innerhalb weniger Tage ins Homeoffice und stellte, wo es nötig war, zusätzliche technische Infrastruktur bereit. Viele Arbeitsabläufe waren zum großen Teil bereits auf die Remote-Zusammenarbeit ausgelegt – insbesondere im Kundencenter. Wo dies noch nicht der Fall war, sind die Prozesse sehr zügig darauf angepasst worden. Das Backoffice stellte hierzu neue Kapazitäten und digitale Kollaborations-Tools bereit. Auch die in den vergangenen zwei Jahren bei der TARGOBANK immer mehr etablierten agilen Arbeitsmethoden verstärken die virtuelle Zusammenarbeit in räumlicher Distanz. Dies spricht für eine Zukunft des mobilen Arbeitens in Kombination mit Präsenztagen – dort, wo es Sinn macht: Die Art des Zusammenarbeitens ist mitunter wichtiger als der Ort.



STÄRKE ZEIGEN IN DER KRISE

Auch 2020 hat die TARGOBANK ihr Privatkundengeschäft mit einem Zuwachs bei den Ratenkrediten ausgebaut. Darüber hinaus standen die Entwicklung weiterer Geschäftsfelder und der Ausbau der Omnikanal-Strategie im Fokus.



Im Geschäftsjahr 2020 behauptete sich die TARGOBANK trotz der Covid19-Pandemie und des weiterhin niedrigen Zinsniveaus gut. Für das Geschäftsjahr 2020 betrug das Vorsteuerergebnis nach IFRS 426 Millionen Euro (2019: 527 Millionen Euro). Aufgrund der Pandemie kam es zu einem Anstieg der Vorsorge zur Absicherung potenzieller Risiken.

Ratenkredite legen weiter zu

Die TARGOBANK führte ihre wachstums- und qualitätsorientierte Geschäftspolitik im Berichtsjahr weiter fort. So gelang es, den Vertriebsweg Telefon in der ersten Jahreshälfte, als die Filialen temporär

geschlossen bleiben mussten, deutlich zu stärken. Weitere Projekte trugen zur Prozessverbesserung in den Vertriebskanälen Telefon und Online bei. Gleichzeitig bleibt die Präsenz mit einem bundesweiten Filialnetz wichtiges Standbein der TARGOBANK. Die Pandemie hat gezeigt, wie essenziell es ist, die Vorteile einer Digitalbank mit der Beratungsqualität einer Filialbank verbinden zu können.

Trotz bestehender Unsicherheiten aufgrund der Pandemie stärkten diverse Hilfsangebote wie zum Beispiel die Stundungsmöglichkeit von Kreditraten die Zuversicht der Kundschaft. Durch die deutliche Zunahme bei den Ratenkrediten um 7,9 Prozent im

ERGEBNIS
TARGOBANK
GRUPPE
426 MIO. EUR

AUFWANDS-
ERTRAGS-
VERHÄLTNIS
52,1 %

199
AUSZUBILDENDE UND
DUAL STUDIERENDE
STARTETEN 2020

PRIVATKUNDEN-
EINLAGEN
PLUS **13 %**
AUF **20,3 MRD. EUR**

BESTANDSVOLUMEN
EQUIPMENT FINANCE
1.379 MIO. EUR

7.300
MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER
AUS **80** NATIONEN

BILANZSUMME
PLUS **15 %**
AUF **28,35 MRD. EUR**

KUNDENKREDIT-
VOLUMEN
TARGOBANK GRUPPE
22,64 MRD. EUR

RATENKREDIT-
VOLUMEN
PLUS **7,9 %** AUF
14,82 MRD. EUR

ZUNAHME
KREDITVERGABE
VIA INTERNET
PLUS **34,1 %**

FINANZIERUNGS-
VOLUMEN
AUTOBANK
618 MIO. EUR

3,7 MILLIONEN
PRIVAT-,
GESCHÄFTS- UND
FIRMENKUNDEN

Alle Finanzkennzahlen nach IFRS.

Vergleich zum Vorjahr festigte die TARGOBANK ihre führende Rolle bei Konsumentenkrediten in Deutschland.

Starker Zuwachs im Depotgeschäft

Die dynamische Entwicklung an den Kapitalmärkten ließ das Bestandsvolumen im Depotgeschäft um mehr als 10 Prozent beziehungsweise um 1,37 Milliarden auf 14,3 Milliarden Euro ansteigen (2019: 12,9 Milliarden Euro).

Im Firmenkundengeschäft spiegelte sich der durch die Corona-Maßnahmen verursachte Rückgang der gewerblichen Umsätze im Factoring-Geschäft

und der Investitionsgüternachfrage im Geschäftsbereich Equipment Finance wider. Beide Segmente erreichten nicht das Vorjahresniveau.

Auch 2020 hat die TARGOBANK weiter daran gearbeitet, ihre Geschäftsfelder auszubauen. Im 2015 gestarteten Geschäftssegment Autobank legte das Volumen im Vorjahresvergleich um rund 25 Prozent zu. Hier besteht mittlerweile eine Zusammenarbeit mit mehr als 3.400 Kfz-HändlerInnen. Die fortschreitende Automatisierung, Digitalisierung und Optimierung von Geschäftsprozessen leistete im Berichtsjahr 2020 einen wesentlichen Beitrag zur hohen Kosteneffizienz der TARGOBANK.

GRENZSITUATIONEN MEISTERN





VIELE WEGE ZUM KREDIT

Seit vielen Jahren gehört die TARGOBANK zu den Marktführern bei Ratenkrediten in Deutschland. Mit innovativen Impulsen konnte sie diese Position auch im Berichtsjahr ausbauen.

Das Jahr 2020 bot in wirtschaftlicher Hinsicht nur wenige Gewissheiten. Im Zuge mehrerer Lockdown-Phasen war die Unsicherheit ein ständiger Begleiter auch vieler unserer KundInnen. Umso wichtiger waren unsere individuellen Hilfsangebote, mit denen wir insbesondere den KundInnen beiseite standen, die aufgrund der Pandemie in finanzielle Schwierigkeiten geraten waren. So stieg das Volumen der Ratenkredite trotz der Krise 2020 um 7,9 Prozent auf 14,82 Milliarden Euro (Vorjahr: 13,74 Milliarden Euro) an.

Persönliche Beratung weiterhin gefragt

Ein wichtiger Vertriebsweg der TARGOBANK für Konsumentenkredite war und ist das Filialnetz. Insbesondere für die individuelle Beratung schätzen KundInnen das persönliche Gespräch in einem der 337 Standorte

in 253 Städten in Deutschland. Die Entscheidung, die Filialen zum Schutz der KundInnen und MitarbeiterInnen vor einer Covid-Infektion für Laufkundschaft temporär zu schließen, unterstützte die TARGOBANK von Beginn an mit voller Überzeugung. Gleichzeitig bedeutete dies für die Gestaltung des Arbeitsalltags eine extrem herausfordernde Situation.

Den Großteil der Vertriebsaktivitäten stellte die TARGOBANK innerhalb sehr kurzer Zeit auf telefonische Kommunikation um. Die technischen Voraussetzungen und Geschäftsabläufe wurden hierfür sehr schnell und unbürokratisch angepasst, um den KundInnen auch ohne physischen Kontakt den bestmöglichen Service bieten zu können. So wurden die KundInnen aus den Filialen sowie insbesondere auch aus dem Kundencenter in Duisburg telefonisch beraten. Vor dem Hintergrund erwies sich die vor einigen

Jahren eingeleitete Strategie, die TARGOBANK mit den Stärken einer Digitalbank auszustatten, als großer Vorteil.

Telefon und Internet erzielen Zuwächse

Unabhängig von der Pandemie hat die Bedeutung des Internets für Kreditaufnahmen seit einiger Zeit zugenommen. Das Netz dient nicht mehr nur der Suche nach Konditionen, immer häufiger werden Kredite hier auch beantragt – und vergeben. Bereits 45 Prozent der Konsumentenkredite schlossen KundInnen bei der TARGOBANK 2020 online ab. Das ist gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um gut 34 Prozent.

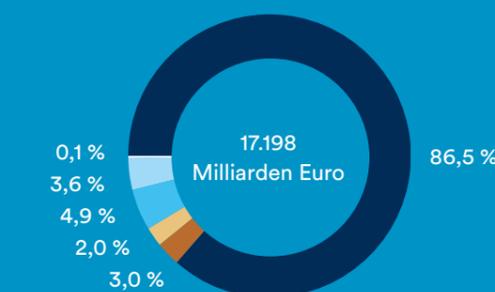
Der Zuwachs ist nicht zuletzt mit dem gesteigerten Komfort verknüpft, den der von Grund auf neu gestaltete Online-Kreditbereich der TARGOBANK den KundInnen bietet. Jeder Schritt vollzieht sich einfach und intuitiv – bis hin zur elektronischen Unterschrift für den Kreditantrag. Eine weitere Initiative im Sinne konsequenter Kundenorientierung war die neu geschaffene Möglichkeit, online eine Stundung für einen laufenden Konsumentenkredit zu beantragen. Die diversen Hilfsmaßnahmen für coronabedingt in Schwierigkeiten geratene KundInnen finden positive Resonanz: Aktuelle Befragungen belegen für das Jahr 2020 einen Anstieg bei der Zufriedenheit der Kundschaft.

10 Jahre Marke TARGOBANK

Einfach, leistungsstark, auf Augenhöhe und zuverlässig – mit diesen vier Werten hat sich die Marke TARGOBANK seit 2010 landesweit eingepreßt. Die Etablierung des neuen Namens war durch den Eigentümerwechsel von der amerikanischen Citibank (Citigroup) zum französischen Crédit Mutuel Alliance Fédérale erforderlich geworden. Als Kundenkreditbank (KKB) gegründet, reichen die Ursprünge des Instituts in die 1920er Jahre zurück. Heute steht die Marke TARGOBANK für ihre langjährige Expertise in Sachen Finanzierungslösungen und – über die Finanzprodukte hinaus – für soziales und ökologisches Engagement sowie für Bildungs- und Sportförderung.

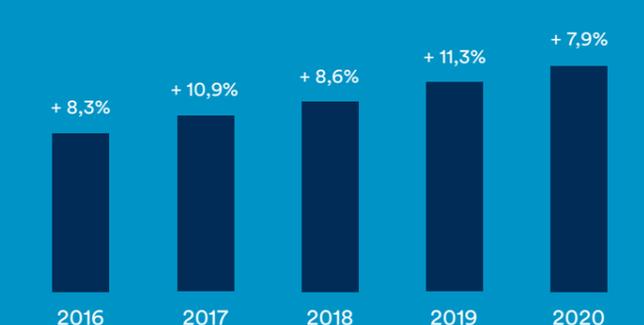


Privat- und Geschäftskundenkredite 2020



- Ratenkredite
- Kreditkarten
- Dispositions kredite
- Absatzfinanzierung
- Autobank
- Geschäftskunden

Ratenkredite: Starkes Wachstum seit 2016





BANKKARTE STATT BANKNOTE

Kartenbasierte und kontaktlose Zahlungsmethoden laufen dem Bargeld immer mehr den Rang ab. Ein Trend, der sich durch die Corona-Pandemie noch verstärkt hat.

Beim täglichen Konsumieren und Bezahlen dreht sich alles um Konten und Karten. Deshalb wirken sich Innovationen in diesem Geschäftsfeld stets auf besonders viele KundInnen aus. Das gilt für die gestiegene Geschwindigkeit von Überweisungen, komfortable Authentifizierungsmethoden – oder auch für die Möglichkeit, ein Girokonto ganz ohne Papierformulare beantragen zu können, wie sie die TARGOBANK bietet. Trotz der durch die Pandemie erschwerten Rahmenbedingungen stieg die Zahl der Girokonten bei der TARGOBANK um 1,5 Prozent. Immer beliebter als Zahlungsmittel wird die mit dem Girokonto verknüpfte Bankkarte: So kletterten die Debitkarten-Umsätze im Berichtsjahr um 15 Prozent, die Zahl der Transaktionen legte um 14 Prozent zu.

Kreditkartentransaktionen zunehmend kontaktlos
Differenzierter stellt sich die Situation bei den Kreditkarten dar. Eine Innovation steht hier deutlich im Vordergrund: Bereits 46 Prozent aller Kreditkartentransaktionen erfolgten 2020 im Handel kontaktlos. Auch insgesamt legte die Zahl der Transaktionen mit Kreditkarten um 3 Prozent zu. Wie die Zahl der 1,1 Millionen Kreditkartenkonten waren auch die Umsätze mit den Kreditkarten leicht rückläufig. Ein entscheidender Grund dafür ist in den pandemiebedingten Beschränkungen bei Urlaubsreisen und einem entsprechend veränderten Konsumverhalten der KarteninhaberInnen zu sehen. Wird weniger für den Konsum ausgegeben, bleibt mehr Geld zum Sparen. Diesen Trend bestätigt das

Einlagengeschäft der TARGOBANK im Berichtsjahr ganz klar: So wuchsen die Einlagen auf Girokonten 2020 um 21 Prozent auf 10,32 Milliarden Euro an (Vorjahr: 8,46 Milliarden Euro). Das Volumen der bei der TARGOBANK angelegten Tagesgelder stieg um 7 Prozent auf 5,18 Milliarden Euro (Vorjahr: 4,79 Milliarden Euro) und die Spareinlagen erhöhten sich um 9 Prozent auf 2,27 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,07 Milliarden Euro). Eine Entwicklung, die auch für das hohe Vertrauen spricht, das die KundInnen der TARGOBANK im Berichtsjahr erneut entgegengebracht haben.

Der Rückgang des Festgeld-Volumens um 8 Prozent auf 2,24 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,43 Milliarden Euro) resultiert hingegen aus der anhaltenden Niedrigzinsphase. Die Zinserträge sind vielen zu gering, um das Ersparte dafür längere Zeit zu binden. Daher entscheiden sich KundInnen öfter zugunsten des Tagesgelds oder einer klassischen Spareinlage.

Die TARGO Lebensversicherung AG, exklusiver Versicherungspartner der TARGOBANK, bot 2020 erneut eine hohe Verzinsung: Die Sparanteile für bestehende Kapital- und Rentenversicherungen aus laufender Beitragszahlung wurden mit 2,5 Prozent verzinst. Die Privat-Rente Komfort kam auf 2,65 Prozent, die Privat-Rente DAX Garant auf 3,3 Prozent.

Optimales Banking für jedes Endgerät

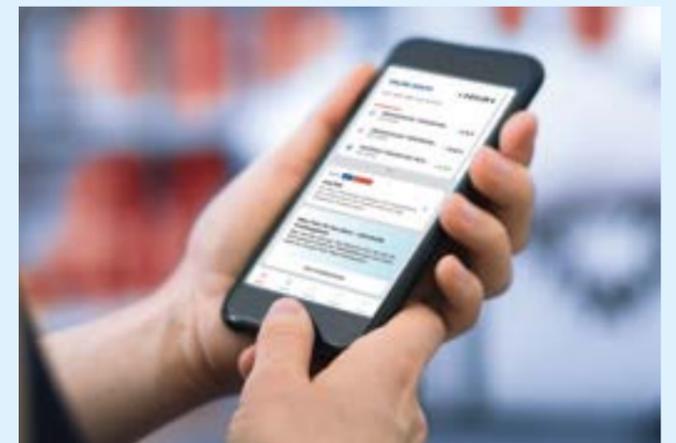
Nachdem die TARGOBANK ihren KundInnen 2019 eine neue Mobile-Banking-App für Smartphones bereitgestellt hat, ist 2020 ein komplett überarbeitetes Online-Banking live gegangen. Hierfür sind die technische Plattform, die Struktur und die Benutzeroberfläche grundlegend neu erstellt worden. Seit dem Herbst 2020 unterstützen sowohl die Banking-App als auch das Online-Banking die Möglichkeit der Echtzeitüberweisung (Instant Payment). Bei der Mobile-Banking-App sind 2020 weitere Funktionen wie die Nutzung von Push-TANs oder die Möglichkeit zur Änderung des Tageslimits für die Bargeldverfügung an TARGOBANK Geldautomaten hinzugekommen. In Tests und Bewertungen schneiden sowohl das Online-Banking wie die Mobile-Banking-App gut ab.

Das Smartphone überholt den PC

Seit einiger Zeit ist zu beobachten, dass die Verwendung der Mobile-Banking-App noch rasanter ansteigt als die des Online-Banking. Etwa zur Jahresmitte 2020 war es so weit: Für Inlandsüberweisungen vom eigenen Girokonto nutzten KundInnen der TARGOBANK erstmals das Smartphone häufiger als das Online-Banking an PC oder Laptop.

Im Gespräch miteinander bleiben

Ob BankkundIn oder BankmitarbeiterIn – für alle hat sich die Situation der Pandemie als neu und sehr herausfordernd erwiesen. Neben der gesundheitlichen Bedrohung sind es vor allem die Kontaktbeschränkungen, die das Leben im Alltag und bei der Arbeit beeinträchtigen. Das einzige, was sich dagegen tun lässt, ist eine intensivere Kommunikation über andere Kanäle und ohne physische Kontakte. Dies haben die MitarbeiterInnen der TARGOBANK mit unzähligen Telefonanrufen beherzigt, um die Verbindung zu den KundInnen bestmöglich aufrecht zu erhalten. Schließlich sind Geldangelegenheiten eine Frage des Vertrauens und niemand sollte sich hier allein gelassen fühlen. Aus den unmittelbaren Reaktionen der KundInnen lässt sich ableiten, dass diese Initiative richtig war und sehr gut angekommen ist.





GELDDANLAGE IM AUFWIND

Während die Geldmarktzinsen weiter am Boden liegen, zeigen sich die Aktienmärkte deutlich beweglicher und eröffnen so Chancen. Thema des Jahres war auch hier Corona.

Vergleicht man den Wert des DAX zum Jahresbeginn mit dem am Jahresende, ergibt sich nur eine geringe Veränderung. Anders schaut es in der monatsweisen Betrachtung aus: Der Corona-Schock sorgte im Frühjahr zunächst für einen heftigen Einbruch, der aber in den Folgequartalen durch eine kräftige Erholungsphase wettgemacht werden konnte. Das vorübergehend niedrige Kursniveau bot die Chance zum Einsteigen und für gezielte Nachkäufe. Viele haben diese Chance genutzt.

Verdopplung bei den Transaktionen

Mit einer Steigerung um 90 Prozent erhöhte sich die Zahl der Transaktionen im Brokerage der

TARGOBANK 2020 auf knapp 1,24 Millionen. Im Zuge der extremen Kursrückgänge, vor allem im März 2020, gab es im Berichtsjahr rund 50 Prozent mehr Kauf- als Verkaufstransaktionen. Das dabei gehandelte Volumen belief sich auf 11,1 Milliarden Euro.

Wie das Übergewicht der Kauftransaktionen bereits erwarten lässt, legte auch das gesamte Depotvolumen 2020 beträchtlich zu: Es stieg um 11 Prozent auf 14,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 12,9 Milliarden Euro). Noch größer fällt mit 16 Prozent der Zuwachs beim Plus-Depot aus, bei dem die KundInnen anstelle von Orderprovisionen und Ausgabeaufschlägen ein vom Depotvolumen abhängiges Jahresentgelt zahlen. Hier haben KundInnen der TARGOBANK

2,26 Milliarden Euro angelegt (Vorjahr: 1,95 Milliarden Euro).

Mehr Zeit für Anlage-Themen

Auffällig ist, dass 2020 erheblich mehr KundInnen neu in den Wertpapiermarkt eingestiegen sind, als dies in früheren Jahren der Fall gewesen ist. Bei den Direkt-Depot-Eröffnungen kam es im Berichtsjahr sogar zu einer Vervierfachung im Vergleich zum Vorjahr. Auch dies lässt sich auf die spezielle Situation durch Lockdown und verbreitetes Arbeiten im Homeoffice zurückführen: Viele Neu-AnlegerInnen fanden offenbar mehr Zeit, sich mit Investment-Themen zu beschäftigen. Dabei zählen immer mehr junge AnlegerInnen zu den Depot-EröffnerInnen.

Weiter stark nachgefragt blieben Indexfonds, sogenannte ETFs, die die Wertentwicklung eines Aktienindizes nachbilden. Hier stieg das Volumen um 23 Prozent auf 1,02 Milliarden Euro (Vorjahr: 831 Millionen Euro) – und auch die Zahl der angebotenen Produkte hat sich hier deutlich erhöht. Um weitere 10 sparplanfähige ETFs – auf nun insgesamt 99 – hat die TARGOBANK ihr Angebot 2020 ausgeweitet. Das Volumen der ETF-Sparpläne wuchs um 45 Prozent.

Mit gutem Gewissen investieren

Dass die Geldanlage auch Umwelt- und Sozialstandards sowie den Ansprüchen an gute Unternehmensführung gerecht werden soll, ist ein Trend, der sich weiter verstärkt. Die TARGOBANK bietet in diesem Segment inzwischen 15 ESG-Fonds (Environmental, Social, Governance) an, zwei mehr als im Vorjahr. Das darin investierte Volumen erhöhte sich um 74 Prozent auf 502 Millionen Euro (Vorjahr: 289 Millionen Euro).

Mit gesundem Roboterverstand

Immer mehr KundInnen vertrauen bei ihrer Anlagestrategie auf den Robo-Advisor PIXIT der TARGOBANK: Um 66 Prozent stieg 2020 die Zahl der PIXIT-NutzerInnen – darunter nicht nur Aktien-NeueinsteigerInnen. Eine ähnliche Steigerung zeigte das Depotvolumen, das um 65 Prozent gewachsen ist. Dass PIXIT auch in schwierig einzuschätzenden



Dr. Otmar Lang, Chefvolkswirt der TARGOBANK

Die Corona-Pandemie hat auch die globalen Finanzmärkte in Atem gehalten. „In derart volatilen Phasen sind Einordnung und Erläuterung besonders wichtig“, sagt TARGOBANK Chefvolkswirt Otmar Lang. Mit elf Marktcommentaren, zahlreichen Medienberichten und Gastbeiträgen in verschiedenen Publikationen war die Expertise des Ökonomen auch im Berichtsjahr sehr gefragt. Im 2020 neu konzipierten Videoformat „Lang in Kürze“ kommentiert der Wirtschaftsexperte prägnant und pointiert aktuelle Entwicklungen.

Gold als Alternative

In Kooperation mit der Münchner pro aurum GmbH ermöglicht die TARGOBANK ihren KundInnen seit 2020, physisches Gold in Form von Münzen oder Barren zu erwerben und mithilfe von eigens dafür geschaffenen Wertpapierkennnummern im Depot zu verbuchen. Verwahrt und gelagert werden die Barren und Münzen in einem Hochsicherheitstresor des Edelmetallhandelshauses pro aurum.

Marktperioden in der Lage ist, richtige Portfolioanpassungen vorzunehmen, hat die Corona-Pandemie gezeigt. In allen fünf Anlagestrategien (Substanz, Konservativ, Ausgewogen, Ertrag und Wachstum) hat PIXIT auf Jahressicht einen Zuwachs erzielt. Dementsprechend ist die Zufriedenheit der Kundschaft auch in turbulenten Zeiten sehr hoch geblieben.



NEUE WEGE FINDEN





HERAUSFORDERUNGEN FLEXIBEL MEISTERN

Anbieter von innovativen Lösungen für den Kfz-Handel, kompetenter Partner von Kleinunternehmen, breit aufgestellt in der Absatzfinanzierung – so vielfältig sich der Geschäftskundenbereich der TARGOBANK zeigt, so dynamisch entwickelt er sich auch.

Insbesondere die Autohäuser litten massiv unter den Pandemie-Maßnahmen. Um die HändlerInnen zu unterstützen, hat die [TARGOBANK Autobank](#) passgenaue Kampagnen und attraktive Konditionen für die Absatzförderung auf den Weg gebracht. Durch pragmatische und unbürokratische Lösungen mussten Autofinanzierungen weder an geschlossenen Geschäftsräumen noch an einer fehlenden Zulassung scheitern. So steigerte die TARGOBANK Autobank trotz der sehr ungünstigen Gesamtlage ihr Finanzierungsvolumen um 25 Prozent auf 618 Millionen Euro (Vorjahr: 495 Millionen Euro).

Auch technologisch ist es 2020 vorangegangen: Dem Autohandel steht nun das vollständig digitalisierte Kreditentscheidungssystem TABEA 2.0 zur Verfügung. Mit diesem umfangreichen Update wurde das Tool auf ein komplett neues Level gehoben: einfacher, intuitiver und übersichtlicher. Der digitale Account-Check und der schnelle Dokumenten-Upload vereinfachen die Prozesse enorm. Die HändlerInnen sind so in der Lage, mit ein paar Klicks die für alle Seiten perfekten Konditionen zu finden. Darüber hinaus finalisierte die TARGOBANK Autobank im Berichtsjahr auch die technischen Voraussetzun-

gen für ihr Leasingangebot. Anfang 2021 ist das Projekt in die Pilotphase gestartet und soll im Jahresverlauf in der Breite implementiert werden. Ein weiterer Service ist die Einführung der Expressüberweisung.

Gute Lösungen im Pandemiejahr

Seit 2017 betreut die TARGOBANK in ihrem Geschäftskundenbereich Klein- und KleinstunternehmerInnen, Selbständige und freiberuflich Tätige. 2019 sind personen- und eigentümergeführte Kapitalgesellschaften hinzugekommen. Pragmatische Unterstützung in vielen Finanzfragen durch persönliche AnsprechpartnerInnen, zeitgemäße Online-Services und schnelle, unbürokratische Kreditentscheidungen – mit dieser Kombination kann die TARGOBANK bei vielen Kleinunternehmen punkten. Sehr gefragt sind auch das Business-Girokonto und die Firmenkreditkarte, für die bis ins erste Quartal 2020 starke Zuwachsraten festgestellt wurden.

Insgesamt jedoch stellte das Pandemiejahr 2020 – je nach Branche mit etwas anderer Schattierung – für Selbständige, freiberuflich Tätige und Kleinunternehmen eine extrem herausfordernde Situation dar: Konnten einige mit einem teils sehr aufwändigen

Hygienekonzept den Betrieb im Großen und Ganzen aufrechterhalten, stellten andere auf Online-Bestellung und Lieferservice um. Und manche hatten im Lockdown für Wochen oder Monate überhaupt keine Möglichkeit, Umsätze zu generieren.

Pragmatische Unterstützung

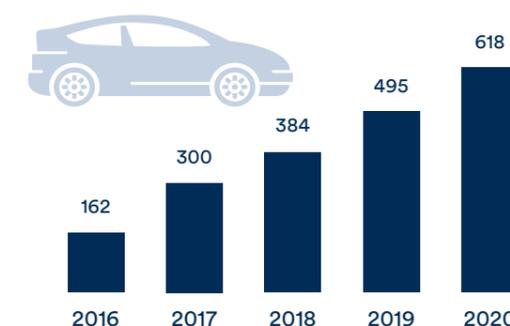
Diese Situation wirkte sich zwangsläufig auch auf die Entwicklung des Geschäftskundenbereichs der TARGOBANK aus. Wo immer ein Weg gefunden werden konnte, setzte sich die TARGOBANK unbürokratisch und pragmatisch dafür ein, ihn gemeinsam mit der Kundschaft zu gehen. Als ein weiteres Unterstützungsangebot für Selbständige und KleinunternehmerInnen hat die TARGOBANK das virtuelle Infoportal [#chefsein](#) ins Leben gerufen. Praktische Tipps und Services sollen die zeitaufwendige Suche nach Informationen zur Betriebsführung ersetzen, damit mehr Zeit für die Beschäftigung mit dem Kerngeschäft bleibt.

Nach einem sehr schwierigen zweiten Quartal trat ab der Jahresmitte eine deutliche Erholung ein. Zum Jahresende 2020 konnte der Bereich wieder an das Niveau von vor der Corona-Krise anknüpfen. Im Vergleich zum Vorjahr gelang es, die Zahl der KundInnen um 25 Prozent zu erhöhen.

Digitale Tools in der Absatzfinanzierung

Die TARGOBANK verfügt in der Absatzfinanzierung über langjährige Erfahrung als Partnerin von rund 6.000 FachhändlerInnen für Konsumgüter in ganz Deutschland. Dazu zählen die Marktführer im Bereich der Unterhaltungselektronik, Saturn und Media Markt, und große, bundesweit tätige Baumarktketten wie TOOM und Hagebau. Neu als Kooperationspartner ist im Berichtsjahr der Bergros Möbelverband hinzugekommen. Ihm gehören namhafte Möbelhausketten wie Schaffrath und Möbel Hardeck an.

Entwicklung Finanzierungsvolumen Autobank



in Mio. EUR

Die vom Fach- und Einzelhandel eingereichten Kredite beliefen sich 2020 auf rund 880 Millionen Euro. Das im Berichtsjahr fertiggestellte Handels-Frontend CDD 3.0 bedeutet einen weiteren Digitalisierungsschub in der Absatzfinanzierung. Mit speziell hierfür entwickelten Komponenten unterstützt es die HändlerInnen insbesondere bei der Finanzierungsabwicklung.

Das Partner-Programm der TARGOBANK wuchs 2020 um rund 11.000 private NeukundInnen. Zum Stamm der Großunternehmen, mit denen die TARGOBANK in diesem Bereich zusammenarbeitet, ist unter anderem die Schmitz Cargobull AG, die zu den führenden Herstellern von Sattelauflegern, Aufbauten und Anhängern für die Logistikbranche zählt, neu hinzugekommen. Damit bietet die TARGOBANK bundesweit mehr als 850 KooperationspartnerInnen und über 153.300 KundInnen aus den Bereichen Handel, Industrie und Logistik exklusive Produktvorteile und Services.

ViveLaCar – das Auto-Abo

Wer heute ein Auto nutzen möchte, muss nicht mehr zwingend eines besitzen. In einem Auto-Abo zum monatlichen Festpreis, wie es das Stuttgarter Unternehmen ViveLaCar anbietet, sehen viele eine attraktive Alternative. Deshalb hat sich die TARGOBANK

2020 mit ViveLaCar auf eine langfristige Kooperation verständigt. Dabei können AutohändlerInnen, die an das System der TARGOBANK Autobank angeschlossen sind, ihre Bestandsfahrzeuge dem Auto-Abo-System von ViveLaCar zur Verfügung stellen.

A man with short brown hair, wearing a blue and white plaid shirt and tan pants, is seen from the side, sitting in the driver's seat of a combine harvester. He is holding a red steering wheel and looking forward. The harvester is moving through a field of golden wheat. The interior of the cab is visible, showing a dashboard with various gauges and controls. The text "EINSATZ, DER SICH LOHNT" is overlaid on the left side of the image.

**EINSATZ,
DER SICH LOHNT**



IN DIE ZUKUNFT INVESTIEREN

Ob es um die Herausforderungen im operativen Geschäft oder um die Investition in ein Großprojekt geht: Für Unternehmen dreht sich letztlich fast alles um Liquidität. Die **TARGOBANK** stellt hierfür exzellente Lösungen zur Verfügung.

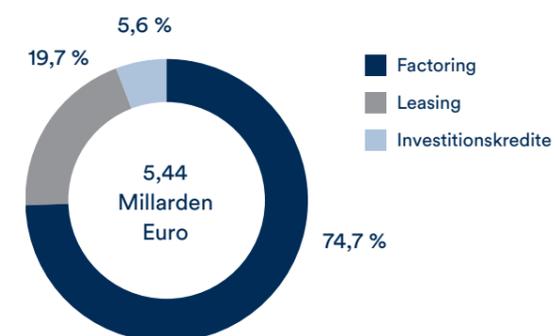
Auch in der pandemiebedingt sehr angespannten Marktlage gelang es dem Firmenkundenbereich der TARGOBANK, das Volumen der Unternehmensfinanzierungen mit 5,4 Milliarden Euro insgesamt stabil zu halten. Ein bedeutender Teil davon, rund 75 Prozent, entfiel auf das Factoring-Geschäft. Die Nutzung von Factoring ist für viele mittelständische Unternehmen ein Kernelement ihrer Liquiditätsstrategie. Die Größenordnung des Factoring-Geschäfts wird deutlich, wenn man sich vorstellt, dass die TARGOBANK Tag für Tag 80.000 Rechnungen ankauft und über ihr System abwickelt. Im ganzen Jahr summierte sich dies auf über 17 Millionen Rechnungen. Die IT-Systeme und die Mitarbei-

terInnen in diesem Geschäftsbereich haben entsprechend hohe Anforderungen zu erfüllen.

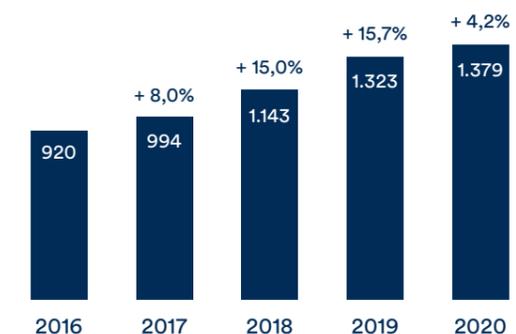
Finanzierung von Investitionsgütern

Baumaschinen, Kommunikationsequipment oder ganze Fertigungsstraßen: Bei der Anschaffung hochwertiger Güter stellt sich für Unternehmen stets die Frage, ob und wie hoch man sich dafür verschulden muss – und wie sehr so ein Kauf die eigene Liquidität beeinträchtigt. Eine attraktive Lösung ist in vielen Fällen das Leasing von Großgeräten. Die TARGOBANK hat sich im Segment Equipment Finance erfolgreich positioniert und erzielte in den vergangenen Jahren häufig zweistellige Zuwachsrä-

Kreditvolumen Firmenkundengeschäft 2020



Bestandsvolumen Equipment Finance



In Mio. EUR (IFRS)

ten. Treiber des Wachstums sind vor allem Investitionen in Logistik und Informationstechnologie. Diese Dynamik ließ sich aufgrund der pandemiebedingten Einschränkungen im Berichtsjahr so nicht aufrechterhalten. Das Bestandsvolumen in der Investitionsfinanzierung wuchs 2020 aber immerhin um knapp 5 Prozent auf 1,39 Milliarden Euro (Vorjahr: 1,32 Milliarden Euro). Mit Firmenkunden, die in diesem Segment hart von der Pandemie getroffen waren, vereinbarte die TARGOBANK unbürokratische, flexibel und individuell gestaltete Stundungen von Raten.

Dem allgemeinen Trend folgend war es auch im Neugeschäft mit 601 Millionen Euro nicht möglich, das

Niveau des Vorjahres (2019: 659 Millionen Euro) zu erreichen. Die Zahl der KundInnen lag am Ende des Berichtszeitraums bei 37.000 (Vorjahr: 34.000).

Agrartechnik als neues Wachstumfeld

Im Herbst 2020 hat die TARGOBANK ihren Equipment Finance-Bereich um den neuen Schwerpunkt Agrartechnik ergänzt. Die Muttergesellschaft der TARGOBANK, Crédit Mutuel Alliance Fédérale, ist als Genossenschaftsbank traditionell im Agrarbereich gut verwurzelt. Diese Expertise soll dazu beitragen, Synergien zu erzeugen. Die TARGOBANK sieht in der Finanzierung von Agrartechnik ein großes Wachstumspotenzial.



Fit machen fürs digitale Lernen

Schnelles Internet, Lernplattformen, Endgeräte: Der Nachholbedarf des deutschen Bildungssystems an digitaler Infrastruktur ist riesig. Das galt schon vor der Corona-Pandemie, doch Homeschooling machte das Problem dringlicher denn je und für alle sichtbar. Grundvoraussetzung für die Teilnahme am Distanzunterricht ist ein geeignetes Endgerät – über das jedoch nicht alle SchülerInnen verfügen. 2020 hat die TARGOBANK in Kooperation mit der Gesellschaft für digitale Bildung 35 Schulen und Bildungseinrichtungen die Finanzierung von rund 5.500 Tablet-Computern durch Leasing oder Mietkauf ermöglicht. Beides ist für die Schulen in der Regel deutlich wirtschaftlicher als der Kauf der Hardware, die zudem Gefahr läuft, mit den aktuellen Digitalstandards nach einiger Zeit nicht mehr Schritt halten zu können.



MITEINANDER FÜREINANDER

Homeoffice und Hygienekonzepte

Die Corona-Pandemie änderte den Arbeitsalltag aller MitarbeiterInnen der TARGOBANK grundlegend. Wo es möglich war, die Arbeit von zu Hause aus zu erledigen, haben die Abteilungen dies entsprechend organisiert. In der Hauptverwaltung waren davon über 90 Prozent der Arbeitsplätze betroffen. Auch die Backoffice-Einheiten an weiteren Standorten wechselten größtenteils ins Homeoffice. Wer nicht ohnehin schon über das entsprechende Equipment verfügte, bekam innerhalb weniger Tage Laptop und Headset bereitgestellt.

Eltern standen zusätzliche Sonderurlaubstage zur Verfügung, um Engpässe in der Kinderbetreuung zu bewältigen. In den Filialen war das Telefon für viele Wochen wichtigstes Arbeitsgerät der MitarbeiterInnen. Weil KundInnen bei komplexen Anliegen weiterhin den persönlichen Kontakt zu den BeraterInnen suchen, öffneten die Filialen mit einem effektiven Hygienekonzept wieder ihre Türen, sobald die Pandemielage dies zuließ. Dabei kamen unzählige Schutzmasken und viele Tonnen Desinfektionsmittel zum Einsatz.



AUCH DIGITAL FÜREINANDER DA

Etwas Neues ausprobieren und sich weiterentwickeln. In einem Team, das einander hilft und Spaß daran hat, für KundInnen da zu sein. So fühlt es sich an, bei der TARGOBANK zu arbeiten.

MitarbeiterInnen bei der TARGOBANK sind Teil eines großen, vielfältigen Teams, für das Professionalität und Erfahrung genauso viel zählen wie die Freude, etwas zu gestalten. Auch im Jahr der Corona-Pandemie hat die TARGOBANK 543 MitarbeiterInnen neu eingestellt, 252 Frauen und 291 Männer. Insgesamt arbeiten 54 Prozent Frauen – viele davon als Führungskräfte – und 46 Prozent Männer bei der TARGOBANK. 2020 sind 199 Auszubildende und Dual Studierende neu eingestellt worden. Die gesamte Belegschaft hat Wurzeln in über 80 verschiedenen Ländern.

Dass die TARGOBANK das vierzehnte Jahr in Folge die Auszeichnung Top-Arbeitgeber erhalten hat, lässt sich auf eine ganze Reihe von Gründen zurückführen: Ein Umfeld, das beste Entwicklungschancen bietet, ein fairer und offener Umgang miteinander sowie eine

ausgewogene Work-Life-Balance. Mit dem Kampagnen-Slogan „Bank.Echt.Anders.“ präsentiert sich die TARGOBANK ihren BewerberInnen: Seit 2020 ist anstelle von Zeugnissen und Standard-Anschreiben meist nur noch ein aussagekräftiger Lebenslauf erforderlich. Dass Bewerbungsgespräche in virtuellem Format stattfinden können, hängt nicht nur mit der Corona-Pandemie zusammen, sondern entspricht der Strategie, digitaler und gleichzeitig persönlicher zu werden.

New Work – Einstieg in die Arbeitswelt von morgen
Nicht nur Technik, Produkte und Services entwickeln sich weiter, sondern auch die Methoden, wie Menschen zusammenarbeiten. Dabei geht es um kurze Reaktionszeiten und große Anpassungsfähigkeit, um Projekte schnell, effizient und mit ho-

her Qualität umzusetzen. Das Schlüsselwort lautet: Agilität. Mehr Verantwortung für einzelne MitarbeiterInnen und größtmögliche Transparenz sind weitere Elemente. Aus dem klassischen Büro wird nach dem „New Work“-Modell ein Arbeitsumfeld gestaltet, das Zusammenarbeit und Kommunikation fördert. Im Duisburger Kundencenter der TARGOBANK ist das bereits gelebte Praxis. Weitere Entwicklungsfelder für agiles Arbeiten sind die Bereiche Digitalisierung und Automatisierung, die durch die Corona-Pandemie nochmals eine Beschleunigung erleben.

Lernen in der digitalen Welt

Jahre vor der Corona-Pandemie hat die TARGOBANK die Bedeutung des digitalisierten Lernens bereits erkannt und entscheidende Initiativen dafür auf den Weg gebracht. Ein erklärtes Ziel ist die Förderung des lebenslangen Lernens, unabhängig von Ort, Zeit und Endgerät. Mit dem kostenlosen Zugang zu LinkedIn-Learning bietet die TARGOBANK allen MitarbeiterInnen seit 2020 Lerninhalte zur beruflichen wie zur privaten Nutzung. Auszubildende und Dual Studierende wurden mit mobilen End-

geräten ausgestattet. Ihren eigenen Medienraum nutzt die TARGOBANK für Video- und Podcast-Produktionen, um MitarbeiterInnen und Führungskräfte fortzubilden.

Corporate Health Award

Erfolgreich kann ein Unternehmen nur mit gesunden MitarbeiterInnen sein. Als Gesamtsieger in der Branche Finanzen errang die TARGOBANK 2020 den von EUPD Research und der Handelsblatt Media Group initiierten Corporate Health Award. Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements „Ça va – Wie geht’s?“ können MitarbeiterInnen Vorsorgeuntersuchungen, Beratungsangebote oder Kurse für Bewegung und Entspannung in Anspruch nehmen. Bundesweit war an den Standorten das Gesundheitsmobil unterwegs. Um all dies voranzubringen, hat die TARGOBANK bereits vor Jahren die Position des Gesundheitsmanagers geschaffen. In der herausfordernden Corona-Situation hat das Gesundheitsmanagement die Einführung von Hygienemaßnahmen und Sicherheitsstandards beratend begleitet. Darüber hinaus gab es das Angebot von virtuellen Sprechstunden und Schnelltests.



Social Media

Soziale Netzwerke zählen für die TARGOBANK längst zu den Säulen der Kommunikation – ganz besonders mit Blick auf die Unternehmenskultur und die Menschen, die hier arbeiten. Hier ist die TARGOBANK seit 2020 auch als Arbeitgeber noch erlebbarer: Filmsequenzen, Bilder und Stories bieten einen authentischen Blick hinter die Kulissen. Dabei rücken MitarbeiterInnen in den Fokus – für BewerberInnen eine einzigartige Gelegenheit, sich ein Bild von ihrem neuen potenziellen Arbeitsplatz zu machen und zu erleben, wie das Unternehmen „tickt“. Das Social Media-Team der TARGOBANK macht MitarbeiterInnen in Workshops fit für den Umgang mit und in den sozialen Netzwerken. Ein Social Media-Ratgeber gibt zudem allen im Unternehmen eine praktische Hilfestellung an die Hand.



Auch in der Kommunikation mit den KundInnen spielen Social Media eine zentrale Rolle – gerade in Zeiten von Corona.



JEDER BEITRAG ZÄHLT

Klimaerwärmung und Naturzerstörung haben ein bedrohliches Ausmaß erreicht. Die Augen davor zu verschließen und zu hoffen, dass andere etwas tun, ist keine Option. Alle müssen aktiv werden. Auch jedes Unternehmen.

Ressourcen schonen, wo es geht, das ist ein Leitfaden in der Unternehmensführung der TARGOBANK. Viele kleinere und größere Schritte geht die Bank bereits seit Jahren: Die Beleuchtung in den Gebäuden der Bank wird nach und nach auf stromsparende LED-Technik umgestellt. Auf dem Kundencenter in Duisburg haben moderne ressourcenschonende Trockenkühler bereits zwei von drei weniger effizienten älteren Großgeräten ersetzt. Ende 2020 lag der Anteil der Hybrid-Dienstwagen bei 19 Prozent der gesamten Flotte – ein Zuwachs von rund 13 Prozentpunkten im Berichtsjahr. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) hat die TARGOBANK Großgebäude in Düsseldorf und den Standort in Mainz 2020 mit dem Siegel „Fahrradfreundlicher Arbeitgeber“ ausgezeichnet. Attraktive Rahmenbedingungen zum Radfahren sind ein starkes Argument, sich für die Fahrt ins Büro öfter auf den Sattel statt ans Lenkrad zu setzen. Die Bank konnte den Papierverbrauch 2020 noch weiter

senken und hat mit der Abschaffung von Einzelverpackungen bei Milch und Zucker in den Kantinen die Menge an Müll reduziert. Die Lieferanten der TARGOBANK haben seit 2020 sogar ein wirtschaftliches Argument, umweltfreundlich zu agieren, denn auch Nachhaltigkeit spielt bei der Auftragsvergabe als Kriterium mittlerweile eine Rolle. Jede gute Sache lebt davon, dass viele mitmachen. Deshalb tut die TARGOBANK viel dafür, die MitarbeiterInnen auf dem Weg zu einem bewussten Umgang mit Ressourcen und nachhaltigem Handeln mitzunehmen. Dazu zählen praktische Tipps, Ideenwettbewerbe und Mitmachaktionen.

10.000 Laubbäume fürs Sauerland

Unwetter, Dürresommer und Schädlinge setzen vielen Wäldern in Deutschland zu. Besonders schwer hat es den Wald der Sauerland-Stadt Werdohl getroffen. Weite kahle Flächen lassen kaum erahnen,

dass es hier vor wenigen Jahren noch einen Wald gab. In Kooperation mit der Stadt Werdohl hat der Verein Bergwaldprojekt begonnen, den Wald neu entstehen zu lassen. Doch statt der wenig widerstandsfähigen Fichten, die hier zuletzt standen, schlagen hier nun standortheimische Buchen, Eichen, Ulmen

und Ahornbäume Wurzeln. 2.000 im Frühjahr 2020 gepflanzte Laubbäume finanzierte die TARGOBANK mit einer Spende in Höhe von 10.000 Euro. Weitere 40.000 Euro sind für die kommenden vier Jahre fest zugesagt, sodass um die Stadt Werdohl herum ein Wald aus 10.000 Laubbäumen wachsen wird.

Die Umwelt schützen, aufeinander achten, verantwortungsvoll vorangehen.

Umwelt	Soziales	Unternehmensführung
<ul style="list-style-type: none"> Die TARGOBANK hat 2019 zum ersten Mal eine CO₂-Bilanz erstellt und bereits diverse Maßnahmen zur Reduzierung ihres CO₂-Ausstoßes ergriffen: Dazu gehören eine effiziente Gebäudetechnik, die Förderung umweltfreundlicher Mobilität sowie ein umfassendes Ressourcen- und Abfallmanagement. Nachhaltigkeit bildet seit 2020 ein Kriterium bei der Lieferantenauswahl. Seit Jahren senkt die Bank durch Optimierung und Digitalisierung ihrer Prozesse kontinuierlich den Papierverbrauch. Die TARGOBANK erweitert kontinuierlich ihre Empfehlungsliste im Investment-Bereich um Fonds, die ESG-Kriterien entsprechen. Im Berichtsjahr waren es insgesamt neun aktive Fonds und sechs ETFs. Seit 2020 kooperiert die Bank mit dem Verein Bergwaldprojekt, der sich für den Schutz, Erhalt und die Pflege des Waldes in Deutschland einsetzt. 	<ul style="list-style-type: none"> Seit 2010 gehört die TARGOBANK zu den Unterzeichnern der Charta der Vielfalt und hat sich damit dem Thema Diversity in allen seinen Ausprägungen verschrieben. Über 50 Prozent der Belegschaft sind weiblich und für die oberen Führungsebenen wurden Zielgrößen für den Frauenanteil festgelegt. Deutschlandweit beschäftigt die TARGOBANK rund 7.300 Menschen aus über 80 Nationen. Seit 2011 fördert die TARGOBANK die Gesundheit und Lebensqualität ihrer MitarbeiterInnen mit dem Programm Ça va – Wie geht's? In der Corona-Pandemie hat die TARGOBANK sehr schnell Maßnahmen zum Gesundheitsschutz für MitarbeiterInnen und KundInnen umgesetzt. Für MitarbeiterInnen gab es zudem einen Corona-Bonus und Sonderurlaub für die Kinderbetreuung. KundInnen hat die Bank darüber hinaus mit Maßnahmen wie Stundungen unterstützt. Soziales Engagement und ehrenamtliche Tätigkeit sind bei der TARGOBANK fester Bestandteil der Unternehmenskultur. 	<ul style="list-style-type: none"> Klare Eigentümerstruktur: Die französische Crédit Mutuel Alliance Fédérale ist zu 100% an der TARGOBANK und ihren Schwestergesellschaften beteiligt. Einheitliche Governance: Die Geschäftsführungen der wesentlichen TARGOBANK Gesellschaften sind mehrheitlich identisch besetzt. Die Geschäftsleitung fördert eine angemessene Risikokultur im Unternehmen in den vier Aspekten Leitungskultur, Verantwortlichkeiten, wirksame Kommunikation und kritischer Dialog sowie Anreize. Das Vergütungssystem der TARGOBANK ist insbesondere nicht darauf ausgerichtet, Anreize für das Eingehen unverhältnismäßig hoher Risiken zu schaffen. In 2020 hat die TARGOBANK Nachhaltigkeitsrisiken in ihr Risikomanagement aufgenommen. Ihren Verhaltenskodex hat die TARGOBANK 2020 um Nachhaltigkeitsaspekte erweitert. Als Mitglied im Bankenfachverband hat sich die TARGOBANK AG dem Kodex zur verantwortungsvollen Kreditvergabe verpflichtet.

Umwelt, Soziales und (gute) Unternehmensführung entspricht dem international verwendeten Begriffstriple **Environmental, Social, Governance** – aus dem sich auch die Abkürzung ESG ergibt, die unter anderem im Investment-Bereich eine Rolle spielt. Der Bereich Umwelt erstreckt sich vom Energieverbrauch eines Unternehmens über die Menge an Abfall bis hin zu Treibhausgasemissionen. Beim Sozialen geht es um Arbeitsbedingungen, Chancengleichheit, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie um Diversity und gesellschaftliches Engagement. Die Unternehmensführung bezieht sich auf die Geschäftsethik, Compliance-Fragen, Steuerungs- und Kontrollprozesse und die Eigentümerstruktur.

Ökologische und soziale Verantwortung

Damit eine Gesellschaft funktioniert, sollte jeder und jede Einzelne nach den eigenen Möglichkeiten etwas dazu beitragen. Diese Verantwortung für das Gemeinwohl begreift die TARGOBANK auch als eine Aufgabe der Wirtschaft – und leistet deshalb ihren Beitrag. Der Umwelt- und Klimaschutz ist dabei ein ebenso großes Anliegen wie die finanzielle

Bildung von jungen Menschen in Deutschland. Soziales Engagement und ehrenamtliche Tätigkeit sind noch dazu fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Unter dem Hashtag **#JederBeitragZählt** und mit einem eigenen Symbol kommuniziert die TARGOBANK seit Ende 2020 ihre Aktivitäten zur ökologischen und sozialen Verantwortung.



Auch im sehr besonderen Jahr 2020 haben sich viele MitarbeiterInnen sozial engagiert. Die TARGOBANK fördert diese Initiativen: durch praktische Unterstützung, eigene Spenden für den guten Zweck und ihre Wertschätzung für die InitiatorInnen.



Bei der Weihnachtsspendenaktion in der TARGOBANK Hauptverwaltung sind knapp 3.000 Euro für den Düsseldorfer Gutenachtbus zusammengekommen, der Obdachlose mit warmen Mahlzeiten, Kleidung und Schlafsäcken aber auch mit Masken und Desinfektionsmittel versorgt.

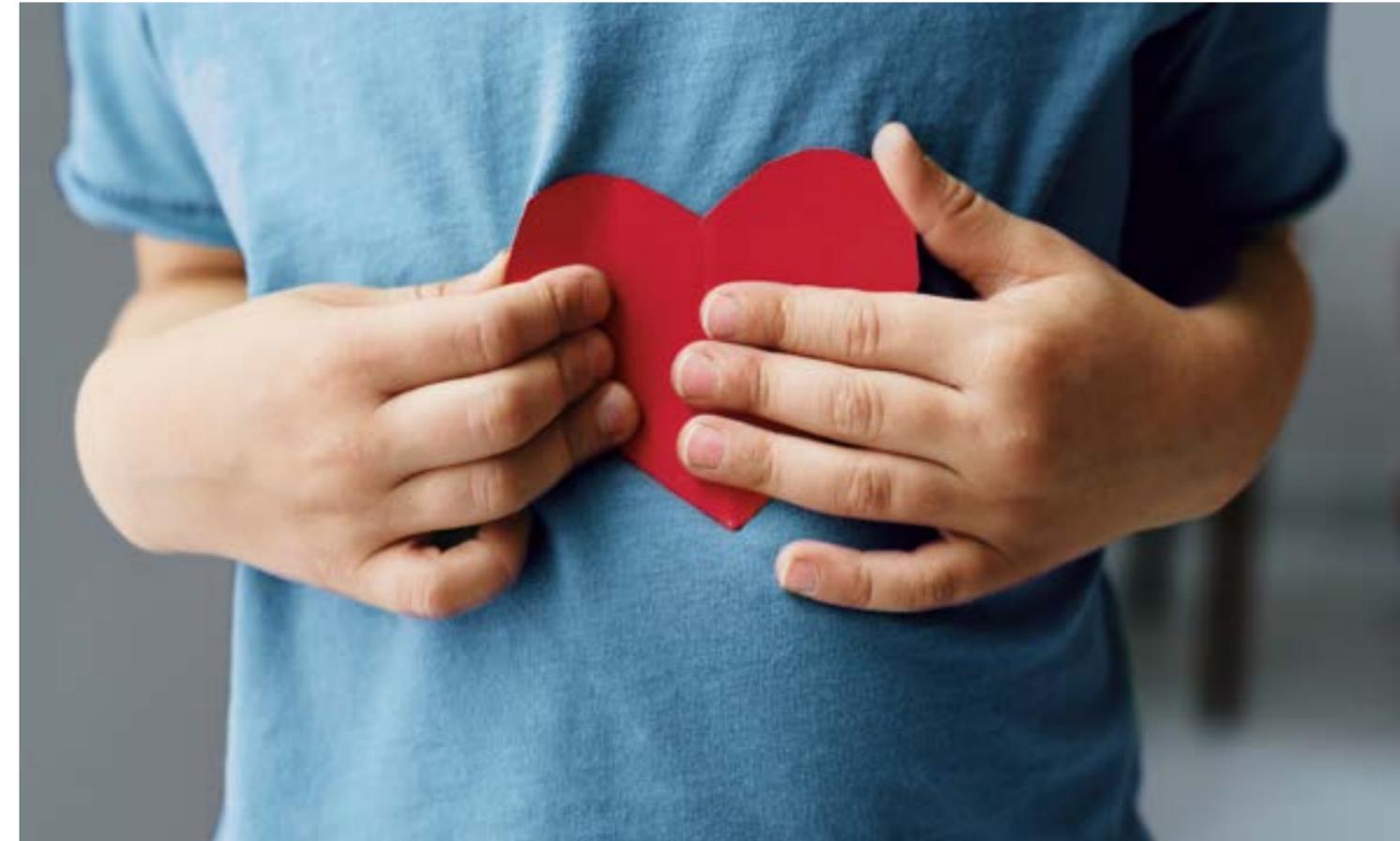
Im Rahmen des Freiwilligentages ist es allen MitarbeiterInnen der TARGOBANK möglich, einen Arbeitstag im Jahr zu nutzen, um sich bei einer gemeinnützigen Organisation zu engagieren. Viele TargobankerInnen spenden die Cent-Beträge ihres Gehalts an den Mitarbeiterverein Wundertaler e.V., der damit Hilfsprojekte für Kinder und Jugendliche in Notlagen fördert. Die TARGOBANK verdoppelt jedes Jahr die Spendensumme – 2020 kamen so 48.000 Euro zusammen.

Laufend helfen – auch in der Pandemie

Helfende und Hilfsprojekte standen 2020 aufgrund der Corona-Krise vor einer doppelten Herausforderung: Für Menschen, die ohnehin auf Unterstützung angewiesen sind, hat sich die Situation durch die Pandemiemaßnahmen oft noch verschärft, gleichzeitig erschwerten die Kontaktbeschränkungen viele bewährte Formen des Spendensammelns. So konnte der TARGOBANK RUN, eine große Laufveranstaltung in der Duisburger Innenstadt, bei der Jahr für

Fit für die Wirtschaft 2.0

Über ihre Stiftung setzt sich die TARGOBANK für die finanzielle Bildung Jugendlicher ein, um den verantwortlichen Umgang mit Geld zu fördern. Das Bildungsprojekt FIT FÜR DIE WIRTSCHAFT unterstützt die Stiftung seit 2003. „ABC der Finanzwelt“ und „Junge Konsumenten“ heißen die Unterrichtsmaterialien, die in Kooperation mit der IW JUNIOR gGmbH des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln seit 2020 allen weiterführenden Schulen in Deutschland zur Verfügung gestellt werden. Die Materialien, die sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form zur Verfügung stehen, ergänzen das Schulfach Wirtschaft bunt und anschaulich mit praxisnahen Beispielen. Das Angebot kam in Zeiten von Distanzlernen genau richtig und erreicht noch mehr Schulen als zuvor.



Jahr eine fünfstellige Summe aus den Startgeldern wohltätigen Zwecken zugutekommt, nicht stattfinden. Stattdessen gab es den virtuellen #MiteinanderFüreinander Lauf, bei dem TARGOBANK MitarbeiterInnen in ganz Deutschland eine Strecke von insgesamt 1.138,5 Kilometern zurücklegten. Trotz Wegfall der Startgelder spendete die TARGOBANK anlässlich des Laufs 2020 wieder 40.000 Euro für gute Zwecke.

Vielfältige Initiativen von Teams...

Während Supermärkte den Tafeln in Deutschland meist leicht verderbliche Lebensmittel spenden, fehlen dort oft haltbare Produkte wie Nudeln, Reis oder H-Milch. MitarbeiterInnen der TARGOBANK haben hierzu zwei gezielte Sammelaktionen organisiert: Sie riefen ihre KollegInnen auf, haltbare Lebensmittel zu spenden, eine zusätzliche Geldspende-Aktion brachte die nötigen Mittel, um weitere dringend benötigte Lebensmittel zu kaufen. Bei den Aktionen kamen in Duisburg im August und im November 2020 so jeweils ein ganzer Meetingraum voller Lebensmittel zusammen. Sach- und Geldspenden haben TARGOBANK MitarbeiterInnen auch für den Duisburger Verein Immer-

satt e.V. gesammelt, der Kinder in sozial benachteiligten Familien mit Lebensmitteln und Materialien wie Malbüchern und Spielzeug unterstützt. Ein weiterer Teil der Spenden war für Duisburger Gabenzäune vorgesehen, die Obdachlose und Bedürftige in Zeiten von Physical Distancing mit dem Nötigsten versorgen.

Die Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS) erhielt aus Spenden von MitarbeiterInnen und der TARGOBANK insgesamt 3.400 Euro. Vielleicht noch wichtiger: Im Rahmen einer Typisierungsaktion haben sich weitere 231 MitarbeiterInnen der TARGOBANK als potenzielle KnochenmarkspenderInnen zur Verfügung gestellt.

...und einzelnen KollegInnen

Auch einzelne MitarbeiterInnen der TARGOBANK ergreifen die Initiative, um zu helfen – wie Ulla Busshoff, die mit dem Verkauf selbst angefertigter Stricktücher über 2.600 Euro für das Kinder- und Jugendhospiz Omega sammelte. In Zeiten knapper Schutzmasken nähte Dana Backasch viele Abende lang Behelfsmasken für die Feuerwehr, die sie weiter an ehrenamtliche HelferInnen und an Schulen verteilte.

NUR GEMEINSAM ERFOLGREICH



Isabelle Chevelard
Vorstandsvorsitzende



Berthold Rüsing
Vorstand Firmenkunden



Maria Topaler
Vorständin Risikomanagement

Die TARGOBANK verfügt über mehr als 90 Jahre Erfahrung auf dem deutschen Bankenmarkt. Sie betreut rund 3,7 Millionen Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden.

Das Angebot für PrivatkundInnen umfasst die Bereiche Konto & Karten, Kredit & Finanzierung, Sparen & Geldanlage, Vermögen & Wertpapiere sowie Schutz & Vorsorge. Angebote für Geschäfts- und Firmenkunden ergänzen das Geschäftsmodell: So bietet die TARGOBANK Absatzfinanzierungen für den Einzelhandel, über die Autobank Einkaufs- und Absatzfinanzierungen für den Kfz-Handel sowie Finanzprodukte für Klein- und Kleinstunternehmen, Selbstständige und freiberuflich Tätige an. Darüber hinaus bietet die TARGOBANK Unternehmen Finanzierungslösungen in den Bereichen Factoring, Leasing und Investitionsfinanzierung an.

Der Schwerpunkt im Privat-, Geschäfts- und Firmenkundengeschäft liegt auf einfachen, attraktiven Bankprodukten, gutem Service sowie auf einer langfristigen und nachhaltigen Entwicklung. Um nah an den KundInnen zu sein, betreibt die TARGOBANK 337 Standorte in 253 Städten in Deutschland, und sie ist telefonisch rund um die Uhr im Kundencenter, aber auch online erreichbar. Die Bank kombiniert

somit die Vorteile einer Digitalbank mit persönlicher Beratung und exzellentem Service in den Filialen und bei den KundInnen zuhause.

Hauptsitz der TARGOBANK ist Düsseldorf. Deutschlandweit beschäftigt sie 7.300 MitarbeiterInnen. In Duisburg führt die Bank ein Kundencenter mit 2.000 MitarbeiterInnen. Hinzu kommen Verwaltungsgebäude in Mainz (Factoring) und Düsseldorf (Leasing & Investitionsfinanzierungen). Als Tochter der genossenschaftlichen Crédit Mutuel Alliance Fédérale, einer der größten und finanzstärksten Banken Europas, ist die Bank eine sichere Partnerin für ihre KundInnen. Crédit Mutuel Alliance Fédérale betreut mit fast 4.300 Filialen rund 26,7 Millionen KundInnen und bietet Privatpersonen, freiberuflich Tätigen vor Ort und Unternehmen jeder Größe ein breit gefächertes Angebot an Dienstleistungen. Die Übersicht auf der folgenden Seite zeigt Gesellschaften innerhalb der Crédit Mutuel Alliance Fédérale, die in Deutschland tätig sind beziehungsweise ihre Produkte am deutschen Markt anbieten.

BANQUE EUROPÉENNE Crédit Mutuel

Die Banque Européenne du Crédit Mutuel (BECM) ist in Deutschland seit über 20 Jahren Partnerin für große und mittelständische Unternehmen sowie gewerbliche Immobilienfinanzierer. Gestützt auf ihr Filialnetz in Deutschland und in Frankreich bietet die BECM eine umfassende Palette an Produkten und Dienstleistungen an.

Unsere MitarbeiterInnen sind Spezialisten in ihren Fachgebieten und setzen sich entschlossen für die Erarbeitung von kundenorientierten Lösungen ein. Als verlässlicher Bankpartner unserer KundInnen legen wir Wert auf Kundennähe und auf den Auf- und Ausbau einer langfristig orientierten Geschäftsverbindung.

www.becm.de

Crédit Mutuel Equity

Crédit Mutuel Equity bietet mittelständischen Unternehmen Eigenkapital- und eigenkapitalähnliche Lösungen, insbesondere Minderheitsbeteiligungen. Investiert wird ausschließlich Eigenkapital der Crédit Mutuel Alliance Fédérale. Diese Unabhängigkeit von Drittinvestoren ermöglicht besonders langfristige Beteiligungen (durchschnittlich sieben, in der Spitze mehr als 20 Jahre) und die Flexibilität für spätere Reinvestments. So behalten Unternehmen die Kontrolle und gewinnen gleichzeitig einen Partner, der sie finanziell sowie bei Entwicklung und Wachstum des Unternehmens unterstützt. Aktuell sind rund drei Milliarden Euro Kapital in mehr als 350 Unternehmen in fünf Ländern weltweit investiert.

www.creditmutuel-equity.eu/de

Crédit Mutuel Leasing

Die Crédit Mutuel Leasing GmbH ist auf die Finanzierung von Mobilien in Deutschland spezialisiert und betreut KundInnen des Banknetzes der Crédit Mutuel Alliance Fédérale in Deutschland. Das im Jahr 2008 gegründete Unternehmen ist bundesweit aktiv und profitiert von der 45-jährigen Leasingerfahrung der Muttergesellschaft. Viele namhafte deutsche und französische Unternehmen und Gruppen vertrauen auf das Leistungsangebot der Crédit Mutuel Leasing GmbH, eine zuverlässige und finanzstarke Partnerin. Mit Gesellschaften in Belgien, Luxemburg, den Niederlanden, Spanien und Frankreich unterstützt das Unternehmen seine KundInnen europaweit bei deren Investitionen.

www.creditmutuel-leasing.de

Crédit Mutuel Investment Managers

Crédit Mutuel Investment Managers (CMIM) ist das Kompetenzzentrum für Vermögensverwaltung der Crédit Mutuel Alliance Fédérale. Mit seinem Multi-Boutique-Modell setzt CMIM auf die Stärken der verschiedenen Fondsgesellschaften der Gruppe mit 113 Milliarden Euro verwaltetem Vermögen zum Jahresende 2020. CMIM mit Hauptsitz in Paris ist international ausgerichtet und in Deutschland rechtlich im Rahmen des freien Dienstleistungsverkehrs vertreten.

<https://www.creditmutuel-im.eu/de/index.html>

BLI BANQUE DE LUXEMBOURG INVESTMENTS

BLI – Banque de Luxembourg Investments ist die Vermögensverwaltungsgesellschaft der Banque de Luxembourg. Sie hat mehr als 30 Jahre Erfahrung im Management von Investmentfonds in den Bereichen Aktien, Anleihen und Multi-Management-Strategien. Die Kompetenz von BLI basiert auf den zentralen Grundsätzen von aktivem Management, Transparenz, Risikosensibilität und ESG-Kriterien.

www.bli.lu

Crédit Mutuel Asset Management

Crédit Mutuel Asset Management verwaltete Ende 2020 Aktiva in Höhe von über 70 Milliarden Euro und bietet eine umfassende Palette an Investmentfonds in unterschiedlichen Kategorien: Renten-, Geldmarkt- und Aktienfonds sowie Multi-Management. Die FondsmanagerInnen verfolgen einen globalen CSR-Ansatz und berücksichtigen sowohl ESG-Kriterien als auch SRI-Faktoren, was sich in verschiedenen Nachhaltigkeitsfonds widerspiegelt.

www.creditmutuel-am.eu

Herausgeber

TARGOBANK AG
Unternehmenskommunikation
Kasernenstraße 10-12
40213 Düsseldorf
Tel: 0211-8984-1300
E-Mail: pressestelle@targobank.de

Für den Inhalt verantwortlich

Axel Bäumer

Gestaltung

de haar grafikdesign, Köln

Fotonachweis

TARGOBANK,
gpointstudio, Adobe-Stock,
Kateryna, Adobe-Stock,
Nataliya Hora, Adobe-Stock,
Getty Images,
iStock,
Shutterstock

