

Einlagenmanagement

Positiv für Bank, Berater und Kunde

Das Management von Kundeneinlagen gewinnt angesichts regulatorischer Anforderungen, volatiler Zinsumfelder und wachsendem Wettbewerbsdruck an strategischer Bedeutung. Ein optimiertes Einlagenmanagement ist nicht nur für die Liquiditätssteuerung, sondern auch für stabile Margen, ein planbares Zinsergebnis und einen Vermögenszuwachs wichtig. Dabei hilft es, verschiedene Erfolgsfaktoren zu beachten.



Martin Ott

Prokurist, Leiter Projekt- und
Prozessmanagement, Senior Consultant
Strategisches Treasury bei der KC Risk AG
E-Mail: martin.ott@kcrisk.de

Spätestens seit Einführung der IRRBB-Leitlinien hat die Margenplanung im Rahmen der Zinsergebnissimulation erheblich an Relevanz gewonnen. Für das Meldewesen gemäß IRRBB fordern die Aufseher eine Planung mit Margen basierend auf Geschäften der kürzeren Vergangenheit (von einigen Monaten). Eine konsequente Anwendung dieses Prinzips auch in der Ergebnishochrechnung (EVR) würde eine konsistente Steuerung ermöglichen. Eine Umfrage von KC Risk unter rund 50 Banken aus dem Mai 2025 zeigt jedoch, dass lediglich gut 20 Prozent der Institute in der EVR ausschließlich mit Margen planen. Die Hochrechnung mit aktuellen Konditionen ist nach wie vor „State of the Art“.

Für die Eckwertplanung wiederum sind Planungsannahmen basierend auf langfristig geplanten Margen relevant. Diese Parallelwelten – IRRBB-Meldewesen, EVR und Eckwertplanung – können zu Inkonsistenzen führen, die eine Interpretation der Ergebnisse erschweren und zusätzlichen Erklärungsaufwand erfordern. Doch

warum wird in der EVR immer noch überwiegend mit aktuellen Konditionen geplant? Liegt es an Gewohnheit, Pragmatismus – oder schlicht an einem nachvollziehbaren Bedürfnis nach Transparenz?

Der Grund ist: Wenn in der EVR nach dem Konzept der konstanten Marge geplant wird, werden die Effekte von Handlungsmaßnahmen – etwa Zinssenkungen bei Kundeneinlagenprodukten – nicht unmittelbar sichtbar. Stattdessen bildet die EVR den bereits gesunkenen Bewertungszins ab, dem die Bank im Zweifel „hinterherläuft“. Der Bewertungszins berechnet sich anhand von definierten Mischungsverhältnissen gleitender Marktzinssätze. Fallende Marktzinssätze führen bei konstanter Marge zu einer niedrigeren Produktkondition. Ganz anders beim Konzept der konstanten Kondition: Hier werden die Erfolge von Zinssenkungen in der nächsten EVR sofort abgebildet und die Ergebnisse verbessern sich entsprechend, unter sonst gleichen Bedingungen.

Entwicklung von Margen bei Kundeneinlagen

Ein zentrales Element der Einlagensteuerung ist die gezielte Beobachtung und Steuerung von Margen im Kundeneinlagengeschäft. In der erwähnten Bankenumfrage gaben die meisten Institute an, die Leitzinsschritte der EZB bei Privatkundeneinlagen nur verzögert, bei institutionellen Einlegern hingegen im Gleichschritt weitergegeben zu haben. Infolgedessen sind die Margen auf Kundeneinlagen seit Anfang des Jahres 2024 deutlich rückläufig und lagen im Mai 2025 wieder bei rund 1 Prozent – teilweise auch darunter.

Der Zusammenhang zwischen Bewertungszins, Marge und Kondition lässt sich exemplarisch am Produkt „Kündigungsgeld“ aufzeigen. Die Kundenkondition wurde im Betrachtungszeitraum um 39 BP reduziert. Der Bewertungszins – als Ergebnis der Entwicklung der gleitenden Durchschnitte – verringerte sich jedoch um 88 BP. Folglich reduzierte sich die Marge um 49 BP. Die Wirkung auf die Zinsergebnisse gemäß IRRBB-Meldewesen, EVR und Eckwertplan sind entsprechend negativ – sofern in der EVR mit konstanten Margen geplant wird (siehe Abbildung 1 auf dieser Seite). Nun stellt sich die Frage – angesichts weiter sinkender gleitender Durchschnittszinsen –, auf welches Niveau die Margen bei Kundeneinlagen sinken können oder dürfen.

Margenvorgaben an Strategie ausrichten

Empfehlenswert ist die Festlegung produktindividueller Zielmargen oder Margenbandbreiten – insbesondere bei variabel verzinslichen Produkten, bei denen Bewertungszinsen aktuell rückläufig sind. Die Margenvorgaben sollten sich dabei an der strategischen Bedarfslage der Bank orientieren. Die konkrete Konditionsfestlegung erfolgt idealerweise im Rahmen eines etablierten Regelprozesses – beispielsweise beim Konditionsausschuss – der auch Nebenbedingungen wie Liquiditätsbedarf oder Wettbewerb berücksichtigt.

Doch wie lässt sich eine angemessene Zielmarge überhaupt bestimmen? Die Margenvolatilität der vergangenen Jahre erschwerte eine einfache Antwort. Zwischen historisch niedrigen Margen in der Negativzinsphase, explosionsartigem Anstieg im Jahr 2022 und dem Rückgang seit dem Jahr 2024 stellt sich die Frage, auf welchem Niveau sich Margen langfristig stabilisieren – bei 0,6 Prozent, 0,8 Prozent oder doch 1 Prozent?

Eine Möglichkeit zur Orientierung bietet ein Blick auf historische Vergleichszeiträume mit ähnlicher Zinsstruktur – beispielsweise die Jahre 2012 bis 2014. Die historischen Margen könnten als Ausgangspunkt oder Impuls für die Ableitung heutiger Margen dienen.

Alternativ kann ein Bottom-Up-Ansatz gewählt werden. Beginnend bei der notwendigen oder geplanten Eigenkapitaldotierung gemäß Kapitalplan mit dem Ziel der Berechnung eines Mindestzinsergebnisses. Das Zinsergebnis ist dann in die Komponenten Konditionsbeitrag Aktiv/Passiv und Strukturbeitrag aufzuteilen. Wenn (Plan)-Annahmen für den Strukturbeitrag und den Konditionsbeitrag Aktiv getroffen werden, ergibt sich als Zielgröße eine (Mindest-)Marge für Kundeneinlagen. Sollte diese als nicht realistisch eingeschätzt werden, sind andere Planungsannahmen gegebenenfalls anzupassen. Ist eine vermeintlich erzielbare Marge gefunden, kann diese auf die einzelnen Produkte verteilt werden.

Die Bankenumfrage zeigt, dass die Wettbewerbssituation vor Ort den größten Einfluss auf die Marge hat – deutlich vor historischen Werten oder dem allgemeinen Zinsumfeld. Auch die Refinanzierungsbedingungen der Zentralbank fließen bei einigen Instituten ein.

Konditionsimpuls bei variabel verzinslichen Produkten

Mögliche Margenbandbreiten für das bereits Erwähnte zeigt die Abbildung 2 auf dieser Seite. Die Bank hat eine Margenbandbreite von 0,6 Prozent bis 1 Prozent definiert. Würde man die Untergrenze als Mindestmarge aufrufen?

Abbildung 1

Blick in den Rückspiegel: Backtesting Margenkonstanz		
Bewertungszins per	Kondition per	30.09.2024
2,80 %	2,05 %	
Bewertungszins per	Kondition per	30.05.2025
1,93 %	1,66 %	
Δ Soll-Kondition	Δ Ist-Kondition	Δ Marge
-0,88 %	-0,39 %	-0,49 %
Die Marge veränderte sich im Betrachtungszeitraum um -0,49%, da sich der Bewertungszins um -0,88% veränderte, hingegen der Produktzins um -0,39%.		

Abbildung 2

Simulation: Ableitung Kondition anhand Margenbandbreiten		
Soll-Margen	Impuls Kondition	Soll-Kondition
Marge min.		
0,60 %	-0,33 %	1,33 %
Marge neutral		
0,80 %	-0,53 %	1,13 %
Marge max.		
1,00 %	-0,73 %	0,93 %
Impuls Kondition	Marge min.	
-0,33 %		
Soll Kondition neu		
1,33 %		

fen, hätte dies zum Stichtag einen Konditionsimpuls in Höhe von 33 BP zur Folge.

Nun stellt sich noch die Frage: Wie wird sich der Bewertungszins in der Zukunft entwickeln und welcher Konditionsimpuls ergibt sich daraus? Dies soll anhand von zwei verschiedenen Zinsszenarien veranschaulicht werden.

Szenario 1

Bei der Annahme konstanter Zinsen bis Ende des Jahres 2025 würde sich der Bewertungszins aufgrund des fallenden gleitenden Mischmarktzinses (bei diesem Produkt 70 Prozent 3-Monate-gleitend, 30 Prozent 10-Jahre-gleitend) um weitere 16 BP reduzieren. Um die Margenkonstanz zu halten, müsste die Kondition entsprechend um diesen Wert gesenkt werden (siehe Abbildung 3 auf Seite 67). Zudem zeigt die Abbildung, wie sich die Konditionen im historischen Verlauf unter Berücksichtigung der definierten Margenbandbreite entwickelt hätten.

Szenario 2

Bei der Annahme einer Zinsentwicklung entsprechend der Forward-Kurve bis Ende des

Jahres 2025 (Stichtag 16. Juni 2025) würde sich der Bewertungszins gegenüber Szenario 1 um weitere 10 BP verringern. Damit wäre eine Anpassung der Kondition um insgesamt rund 25 BP erforderlich, um Margenkonstanz sicherzustellen.

Diese Modellrechnungen verdeutlichen: Ohne aktives Gegensteuern über die Konditionen droht ein kontinuierlicher Margenverlust.

Konditionsimpuls aus Scoringmodell

Doch ist Margenkonstanz das einzige Kriterium, das bei der Konditionspolitik den Ausschlag geben sollte? Oder sollten nicht auch andere Kriterien als Entscheidungshilfe für die Margensteuerung berücksichtigt werden? Denn beispielsweise die Wettbewerbssituation, das aktuelle Zinsumfeld oder die eigene Liquiditätssituation spielen bei der Festlegung von Margen eine Rolle (siehe bereits erwähnte Umfrage).

Mittels eines Scoringmodells können die einzelnen Einflussfaktoren objektiv einbezogen und die Relevanz mittels Faktoren gewichtet werden, um die bankindividuelle Situation ent-

Tabelle 1: Scoringmodell für Kundeneinlagen

Kriterium	Kennzahl	Aktuell	Margenreduktion (-1)	Neutral (0)	Margenausweitung (1)	Score	Gewichtung
Produktübergreifende Kriterien							
Liquiditätssituation	LCR	215 %	< 120%	210 %	> 300%	0,06	5 %
struktureller Refinanzierungsbedarf	Kredit-Einlagen-Quote*	75 %	> 95%	85 %	< 75%	1,00	10 %
Ertragskraft	Zinsergebnis zum DGV	2,06 %	> 2,5%	1,85 %	< 1,2%	-0,32	15 %
Vermögenssituation BFA 3	Puffer PVBP	224 BP	> 300 BP	175 BP	< 50 BP	-0,39	5 %
Wachstumssteuerung	Ist-Marge Aktiv - Richtmarge Aktiv**	-0,10 %	> 0,25%	0,00 %	< -0,25%	0,40	5 %
Zinsentwicklung	3ME Forward - 3ME Spot	-0,30 %	< -0,75%	0,00 %	> 0,75%	-0,40	15 %
Liquiditätskosten	Refi-Spread DZ Bank 5y	84 BP	> 120 BP	75 BP	< 30 BP	-0,20	0 %
allgemeine Wettbewerbssituation	Quart. Einlagenveränderung (roll.)	0,30 %	< -2%	0,50 %	> 3%	-0,08	20 %
Produktspezifische Kriterien: Kündigungsgeld privat							
Entwicklung Bewertungszins	Marge t=1 - Marge t=0**	-0,15 %	> 0,2%	0,00 %	< -0,2%	0,75	10 %
spezifische Wettbewerbssituation	Sonderkonditionsquote**	10,00 %	> 40%	22,50 %	< 5%	0,71	15 %

*ohne Programmkredite **exemplarisch

Produkt	Kündigungsgeld privat		Impuls		Produkt	Kündigungsgeld privat
Marge min.	0,60 %	→	Margenausweitung	→	aktuelle Marge	0,27 %
Marge neutral	0,80 %				aktuelle Kondition	1,66 %
Marge max.	1,00 %		Soll Marge		Impuls Kondition	-0,56 %
Gesamtscore	0,16		1,08 %		Soll Kondition	1,10 %

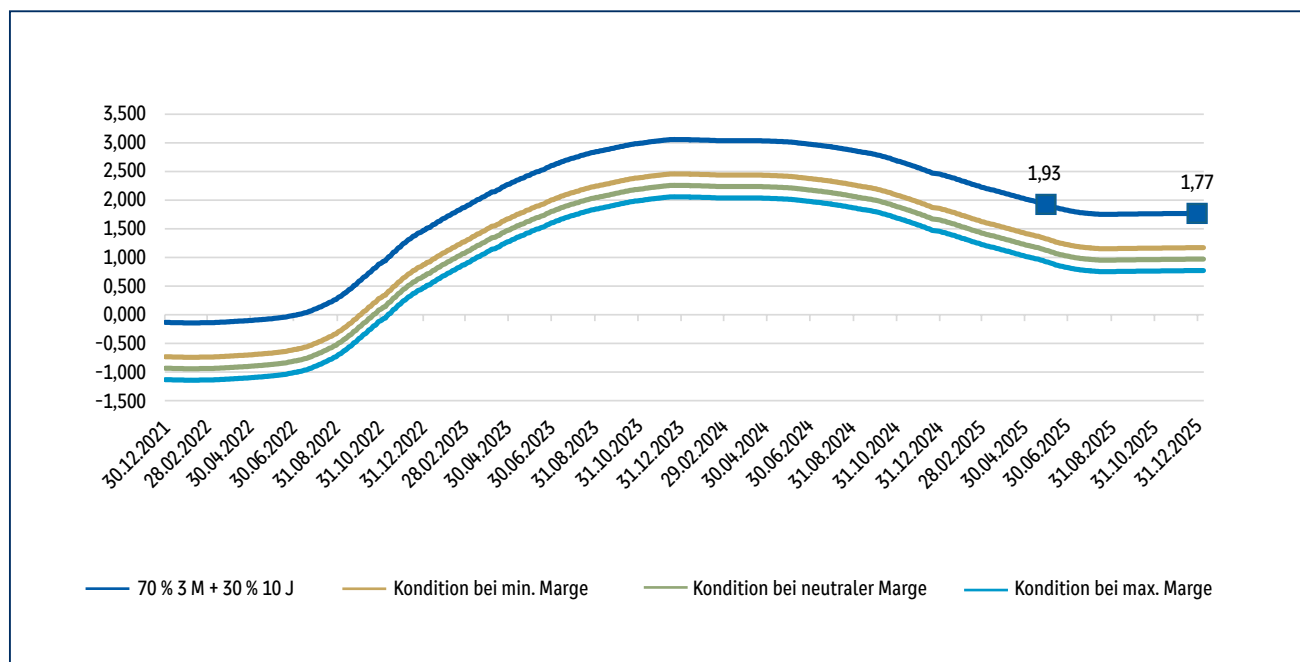


Abbildung 3: Verlauf Konditionen Kündigungsgeld und Bewertungszins

sprechend zu würdigen. Die Konditionen der einzelnen Produkte können dadurch bedarfsorientiert festgelegt werden.

Zunächst sind die Kriterien und die jeweiligen Werte institutsindividuell festzulegen. Basierend auf den festgelegten Werten ergibt sich ein Score je Kriterium. Im zweiten Schritt werden die einzelnen Einflussfaktoren gewichtet. Die Auswirkungen der Gewichtungen hinsichtlich der verwendeten Kennzahlen sollten analysiert werden. Im letzten Schritt muss die Margenbandbreite definiert werden.

Nun errechnet sich ein Gesamtscore, der in Abhängigkeit der definierten Margenbandbreite einen Margenimpuls liefert. Im nachstehenden Beispiel ergibt sich der Impuls, die Marge um 56 BP auszuweiten. Es zeichnet sich ab, dass es sowohl Kriterien gibt, die margenerhöhende Impulse generieren – beispielsweise die Kredit-Einlagen-Quote – als auch Kriterien mit dem Impuls, die Marge zu reduzieren – beispielsweise die Situation im BFA3.

Diese Vorgehensweise ermöglicht fundierte, transparente und nachvollziehbare Entscheidungen – fernab von Bauchgefühl oder kurzfristigem Aktionismus. So wird ein proaktives Pricing möglich.

Weitere Erfolgsfaktoren im Einlagenmanagement

Neben einem sinnstiftenden und proaktiven Pricing von Kundeneinlagenprodukten gibt es weitere Erfolgsfaktoren im Einlagenmanagement. Zu einem ganzheitlichen Ansatz gehören ein umfassender Regelkreis, ein bedarfsorientiertes Produktportfolio und eine hohe Beratungsqualität.

Die erheblichen Veränderungen in der Gesamtbanksteuerung wirken sich auch auf das Einlagengeschäft aus. Dabei gilt es, nicht nur periodische Kennzahlen wie Zinsergebnis und BFA3 im Blick zu behalten, sondern auch barwertige Effekte – etwa die ökonomische RTF und das barwertige ZÄR – sowie aufsichtsrechtliche Anforderungen wie die LCR zu analysieren.

Dabei ist ein ganzheitliches Gremium nützlich, das sich mit der Preis- und Produktstrategie abstimmt und alle relevanten Einflussfaktoren bewertet. Die Besetzung dieses Gremiums ist wichtig: Neben dem Vertrieb und der Vertriebssteuerung sollten hier auch Controlling und Treasury vertreten sein. Der Vertrieb und die Vertriebssteuerung liefern Input zur Wettbewerbssituation, den Kundenbedürfnissen und Vertriebszielen. Das Controlling stellt die Vorkalkulation zur Verfügung und beleuch-

tet die Wirkung auf Liquiditäts- und aufsichtsrechtliche Kennzahlen. Das Treasury stellt Informationen zur Zinskurve, zu möglichen Opportunitäten und zur Funding-Situation bereit. Mit diesen Informationen können sinnvolle und ganzheitliche Impulse bezüglich der Produkt- und Preispolitik gewonnen werden.

Bei einer sinnvollen und aktiven Preisgestaltung sollten unterschiedliche Kundengruppen und deren Bedürfnisse gezielt berücksichtigt werden. So erfordert der Umgang mit so genannten „Zinshoppern“, die gezielt nach den besten Konditionen suchen, eine andere Strategie als bei der eher „trägen Mitte“ – einer Kundengruppe, die seltener den Anbieter wechselt. Gerade diese „träge Mitte“ macht bei den Genossenschaftsbanken einen großen Anteil aus, wie ein Blick auf die Altersstruktur zeigt: Der Anteil der über 50-Jährigen liegt hier deutlich über dem Durchschnitt. Das ist einerseits ein Vorteil, weil diese Kunden aktuell sehr stabil agieren. Andererseits stellt sich die Frage, wie die Banken langfristig die nächste Generation – die Erben dieser Kundengruppe – binden können, da diese häufig eher zu Neobanken tendiert.

Einlagenportfolio stimmig aufbauen

Extreme Marktphasen bieten Banken die Chance, sich durch hohe Beratungsqualität klar vom Wettbewerb abzugrenzen. Eine ausgewogene Vermögensstruktur erfordert dabei stets einen sicheren Anteil, der durch Bank-einlagen abgedeckt werden kann. Das Einlagenportfolio sollte deshalb stimmig aufgebaut sein: Variable Produkte brauchen eine faire Preisgestaltung auf Basis definierter Margenziele, während im Festzinsbereich steile Konditionsstaffeln sinnvoll sind. So lassen sich Laufzeit- und Illiquiditätsprämien nutzen, um eine solide Laufzeitstruktur im Kundenportfolio aufzubauen. Auch für die Bank selbst sind längere juristische Laufzeiten aus Liquiditäts-sicht vorteilhaft.

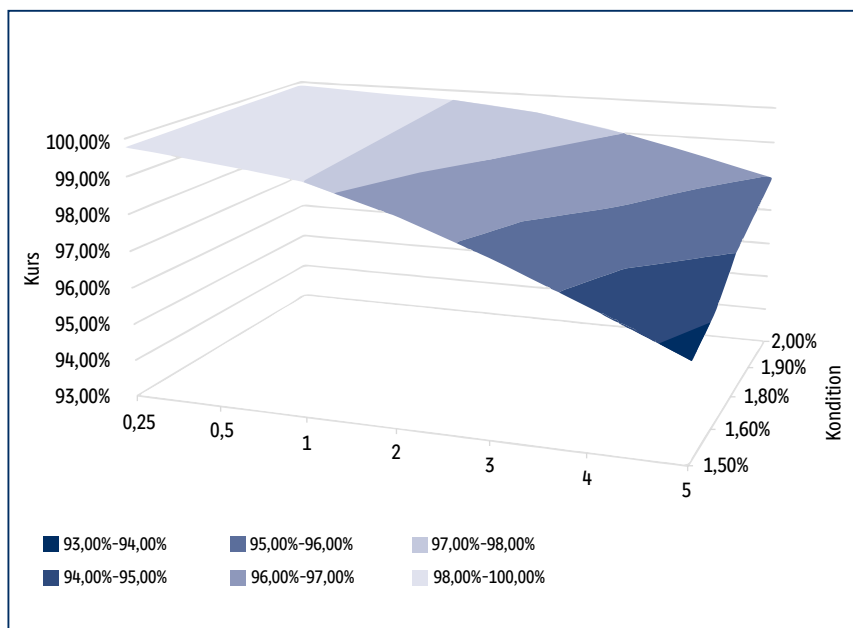
Für die Zinsbuchsteuerung gilt: Alle Produkte haben einen Kurs- oder Barwert. Bei Neuabschlüssen reduziert jeder Abschluss über Swaps den barwertigen Vermögenswert und erhöht die RTF-Auslastung. Besonders kurze Laufzeiten bieten in der Regel kaum Möglichkeiten, Margenbarwerte zu generieren. Der Zusammenhang zwischen Laufzeit, Kondition und Kurs ist klar: Je niedriger die Kondition und je

länger die Laufzeit, desto niedriger der Kurs – und desto höher der Margenbarwert für die Bank (siehe Abbildung 4 auf dieser Seite).

Neben klassischen Festgeldern oder Sparbriefen lohnt sich auch ein Blick auf das Produkt Wachstumssparen. Dieses sollte jedoch nur angeboten werden, wenn alle relevanten Einflussfaktoren berücksichtigt sind. Besonders wichtig ist dabei das Kündigungsrecht der Kundinnen und Kunden: Dieses muss in der Preisgestaltung angemessen abgebildet werden. Konkret bedeutet das, dass die Kondition – abhängig vom Wert der Kündigungsoption und der Wahrscheinlichkeit ihrer Ausübung – niedriger angesetzt werden sollte als bei Festzinsprodukten ohne Möglichkeit zur vorzeitigen Verfügung.

Ein stimmiges Produktportfolio ist ein zentraler Bestandteil erfolgreichen Einlagenmanagements. Dabei gilt: Weniger ist mehr. Transparenz, Klarheit und Einfachheit müssen im Vordergrund stehen – andernfalls besteht die Gefahr, dass sich sowohl Berater als auch Kunden in einem zu unübersichtlichen Produktportfolio nicht mehr zurechtfinden.

Abbildung 4: Zusammenhang zwischen Laufzeit, Kondition und Kurs



Ebenso wichtig ist ein harmonisches Zusammenspiel mit den Verbundprodukten. Die unterschiedlichen Bedürfnisse von Privat- und Firmenkunden sollten gezielt berücksichtigt werden: Während Firmenkunden in erster Linie Liquidität benötigen, steht für Privatkunden der reale Vermögenserhalt im Vordergrund. Auf Institutsseite sollten daher Fragen gestellt werden wie:

- Auf welches Ziel zahlt die Kundeneinlage ein?
- Welche Wirkung haben die angebotenen Produkte auf barwertiges Vermögen, LCR, Eigenkapital, Liquiditätssituation oder Refinanzierungskosten?

Anhand solcher Kriterien lässt sich ein objektiv fundiertes Produktportfolio ableiten.

Beratungsstärke gezielt nutzen

Ein ganzheitliches Einlagenmanagement erfordert eine hohe Qualität in der Kundenberatung. Genossenschaftsbanken sollten ihre Beratungsstärke gezielt als Wettbewerbsvorteil nutzen, um sich langfristig gegen Direktbanken und Neobroker zu behaupten – denn eine reine Preisführerschaft ist aufgrund der unterschiedlichen Geschäftsmodelle kein realistisches Ziel.

Die Herausforderung dabei: Viele junge Berater kennen keine wahrnehmbare Verzinsung von Bankeinlagen. Über Jahre hinweg waren Einlagen sogar negativ behaftet und sollten abgebaut werden. Zudem ist das Zielsystem vieler Institute stark auf Provisionen fokussiert, wodurch Einlagen vernachlässigt werden. Häufig wird auf Verbundprodukte ausgewichen, weil Bedeutung und Ausgestaltung von Einlagenprodukten nicht klar abgegrenzt sind und Anreizsysteme anders wirken.

Daraus ergeben sich wichtige Handlungserfordernisse für das Management:

- Einlagenprodukte als zentrales Asset für Bank und Kunden stärker in den Fokus rücken,
- die Bedeutung für Steuerung und Folgen von Abflüssen oder Umschichtungen – etwa Wachstumspotenzial oder Eigenkapitalbelastung – vermitteln,
- Zielsystematik und Vertriebssteuerung perspektivisch wertorientiert anpassen,
- den Vertrieb regelmäßig aufklären und den Sinn der Produkt- und Pricingpolitik verdeutlichen.

Institutionelles Denken sollte stärker in der Beratung verankert werden. Laufzeit- und Vermögensstrukturen sind entscheidend für eine langfristig auskömmliche Rendite. Der reale Vermögenserhalt muss im Zentrum der Anlagestrategie stehen. Er bedingt zinsunabhängige Assetklassen und Diversifikation.

Eine einseitige Ausrichtung auf Tagesgeld und sehr kurze Laufzeiten birgt aus Kundensicht das Risiko, bei fallenden Zinsen Rendite zu verlieren. Die vergangenen zwei Jahre haben gezeigt: Wer in den Jahren 2023 und 2024 langfristige Festzinsanlagen gewählt hat, steht heute deutlich besser da als kurzfristige Anleger – ein historisch immer wieder zu beobachtender Fakt. Auch aus Banksicht ist eine zu kurze Laufzeitstruktur mit Stabilitätsrisiken verbunden.

Win-Win-Win-Modell

Doch nicht immer sind Kunden- und Bankinteressen automatisch deckungsgleich. Im Rahmen eines integrierten Managements der Kundeneinlagen muss daher das Ziel sein, die individuellen Bedürfnisse der relevanten Zielgruppen in Einklang zu bringen.

Der Kunde erwartet Sicherheit, Flexibilität, eine attraktive Verzinsung und Transparenz. Der Berater möchte seine Vertriebsziele erreichen, wettbewerbsfähige Konditionen anbieten und Beratungsgespräche bei Standardprodukten möglichst einfach gestalten. Das Institut wiederum legt Wert auf Stabilität im Hinblick auf Zinsänderungs- und Liquiditätsrisiken, die Refinanzierung des geplanten Kreditwachstums, das Erreichen strategischer Ziele sowie die Vermeidung von Fehlanreizen in der Steuerung.

Aus diesen teils unterschiedlichen Interessen von Berater, Kunde und Bank kann eine für alle positive Situation

entstehen – mithilfe eines ganzheitlichen Ansatzes im Einlagenmanagement.

Der Kunde profitiert von der Einlagensicherung und der hohen Bonität der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Bei entsprechender Beratungsqualität erhält er eine passende Laufzeitstruktur, eine positive Realrendite und transparente Produkte ohne versteckte Bedingungen. Der Berater wiederum profitiert von automatischem Cross Selling, einer wettbewerbsfähigen Durchschnittsrendite im Gesamtportfolio und einem klar strukturierten Produktangebot. Die Bank und ihre Steuerung erhalten ein integriertes Konditionsmanagement sowie ein schlankes, standardisiertes Produktportfolio zur zielgerichteten Steuerung und Erreichung strategischer Ziele.

Ein ganzheitliches Einlagenmanagement ist damit heute unverzichtbarer Bestandteil einer dauerhaften und tragfähigen Banksteuerung. Die konsequente Margenplanung und eine strukturierte Produkt- und Preisgestaltung sind dabei zentrale Hebel. Wer zudem Wettbewerbsfaktoren, Liquiditätsanforderungen und Beratungsimpulse integriert, schafft die Basis für eine stabile Refinanzierung, ein robustes Zinsergebnis, einen barwertigen Vermögenszuwachs sowie langfristige Kundenbindung. So lässt sich das Zusammenspiel von Kunde, Berater und Bank zu einer echten Win-Win-Situation entwickeln.

„
Ein stimmiges Produktportfolio ist ein zentraler Bestandteil erfolgreichen Einlagenmanagements. Dabei gilt: Weniger ist mehr. Transparenz, Klarheit und Einfachheit müssen im Vordergrund stehen.“