

# „Im KMU-Bereich liegt ein enormes Potenzial für die Berater“

Hermann Stöckl, Gründer und Geschäftsführer der VPI Vermögensplanung GmbH, über die Krise des klassischen Finanzvertriebs, warum Finanzplanung keine Vertrauenssache sein sollte und weshalb er die Zukunft vor allem in der Beratung von KMU sieht.

**W**enn Hermann Stöckl über die Finanzbranche spricht, tut er das sehr lösungsorientiert. Der Gründer und Geschäftsführer der VPI Vermögensplanung GmbH hält wenig von blindem Vertrauen, standardisierten Produktlösungen und kurzfristigem Vertrieb. Seit fast drei Jahrzehnten baut die VPI auf ein Modell, das sich bewusst vom üblichen Finanzvertrieb abgrenzt. Sein Gegenmodell: strukturierte Finanzplanung, laufende Betreuung und ein stärkerer Fokus auf Unternehmer und KMU.

## **Herr Stöckl, Sie sagen sehr zugespitzt: „Der Finanzvertrieb ist tot.“ Warum?**

Weil das klassische Vertriebsmodell heute nicht mehr tragfähig ist. Die regulatorischen Anforderungen sind massiv gestiegen, der Dokumentationsaufwand ist enorm, gleichzeitig ist im mittleren Kundensegment oft zu wenig Ertrag da, um seriöse und langfristige Beratung wirtschaftlich abzubilden. Viele Vermittler arbeiten dadurch entweder unter hohem Druck oder verlassen den Markt ganz. Das sieht man auch daran, dass in den vergangenen Jahren viele Wertpapierfirmen verschwunden sind.

## **Woran krankt das System aus Ihrer Sicht am meisten?**

Daran, dass vielfach immer noch Produkte verkauft werden, statt echte Finanzplanung zu machen. Viele Modelle funktionieren nur dann gut, wenn man rasch etwas abschließt. Aber nachhaltige Vermögensplanung beginnt nicht mit dem Produkt, sondern mit der Frage: Wer ist der Kunde, wo steht er, wo will er hin, und was braucht er wirklich?

## **Sie kritisieren auch das Schlagwort „Vertrauen“ in der Finanzberatung. Warum?**

Weil erfolgreiche Vermögensplanung in erster Linie nichts mit blindem Vertrauen zu tun hat. Sie braucht professionelle Planung, deshalb



**Hermann Stöckl**, Gründer und Geschäftsführer der VPI Vermögensplanung GmbH: „Der Kunde muss zuerst verstehen, wie Kapitalmarkt, Risiko, Kosten und unterschiedliche Anlageformen grundsätzlich funktionieren.“

werden die Konzepte in unserer eigenen Finanzplanungsabteilung entwickelt. Vertrauen allein genügt nicht. Wenn ein Kunde nicht versteht, was er besitzt und warum er es besitzt, dann ist das kein stabiles Modell.

## **Was müsste stattdessen passieren?**

Der Kunde muss zuerst verstehen, wie Kapitalmarkt, Risiko, Kosten und unterschiedliche Anlageformen grundsätzlich funktionieren. Erst danach kann man sinnvoll über konkrete Lösungen sprechen. Wer ohne dieses Fundament nur Produkte vermittelt, produziert langfristig oft Enttäuschung.

## **Sie haben VPI 1997 gegründet. Was machen Sie anders als viele andere Anbieter?**

Wir arbeiten nicht produktgetrieben, sondern prozessorientiert. Am Anfang stehen bei uns mehrere Gespräche, in denen wir gemeinsam mit dem Kunden Ziele, Lebenssituation, familiären Hintergrund, berufliche Entwicklung und

finanzielle Möglichkeiten erarbeiten. In der Finanzplanungsabteilung werden dann entsprechende Konzepte erstellt. Erst dann geht es um konkrete Umsetzungen. Dieser Einstieg kostet Zeit, bringt aber die notwendige Klarheit.

## **Das heißt: Beratung gegen Honorar statt kostenloses Erstgespräch mit Produktverkauf?**

Genau. Wer bei uns ein Mandat abschließt, bezahlt für die laufende Betreuung. Dafür bekommt er aber auch eine echte, dauerhafte Begleitung. Wir wollen nicht am schnellen Abschluss verdienen, sondern an einer langfristigen Beziehung. Das verändert die Qualität der Beratung komplett.

## **Wie wichtig ist dabei Finanzbildung?**

Entscheidend. Ein Kunde kann nur dann auf Augenhöhe mitreden, wenn er zumindest die Grundprinzipien versteht. Deshalb beginnt unsere Arbeit mit Aufklärung: Was ist Risiko?

Wie funktionieren Aktien, Anleihen, Fonds, ETFs, Kredite oder auch Krypto? Was bedeuten Kosten wirklich? Diese Basis ist wichtig, bevor man bestehende Verträge oder Veranlagungen überhaupt beurteilt.

### **Ein zentraler Punkt bei VPI ist die laufende Betreuung. Was bedeutet das konkret?**

Dass wir nicht darauf warten, bis sich der Kunde meldet. Wir arbeiten mit einem Dauerschuldverhältnis. Das heißt: Wir begleiten Kunden über Jahre hinweg aktiv, dokumentieren Gespräche, passen Strategien an und gehen auch dann auf sie zu, wenn sich Lebensumstände oder Marktphasen ändern. Dies ist in den AGB vertraglich geregelt. Genau das fehlt im klassischen Vertrieb oft.

### **Sie sagen, Performance sei für viele Kunden gar nicht das wichtigste Thema. Was meinen Sie damit?**

Natürlich will niemand Geld verlieren. Aber aus meiner Erfahrung ist für viele Kunden viel wichtiger, dass sie ein klares System haben, Orientierung bekommen und wissen, dass sich jemand verlässlich kümmert. Die meisten wollen nicht ständig in ihr Depot schauen. Sie wollen verstehen, warum etwas gemacht wird, und das Gefühl haben, dass es zu ihrem Leben passt.

### **Wo sehen Sie das größte Potenzial im Markt?**

Ganz klar bei kleinen und mittleren Unternehmen. Dort liegen aus meiner Sicht die größten Beratungsdefizite und gleichzeitig die größten Chancen. Viele Unternehmer sind fachlich stark, aber in Fragen der finanziellen Struktur, der Vorsorge, der Rechtsform, der betrieblichen Organisation oder der langfristigen Absicherung oft nicht optimal aufgestellt.

### **Deshalb haben Sie 2023 auch die Unternehmensberatung aufgenommen?**

Ja. Wir sehen bei KMU einen enormen Bedarf. Es geht dort nicht nur um private Vorsorge, sondern auch um betriebliche Struktur, Mitarbeiter, Gesellschaftsformen, Liquidität, Absicherung und Unternehmerversicherung. Wenn man hier sauber analysiert, lassen sich oft große Verbesserungen erreichen.

### **Sie sprechen dabei auch den Steuerberater und die Bank an. Welche Rolle spielen diese?**

Banken haben naturgemäß ihre Produktinteressen. Und viele Steuerberater arbeiten heute sehr stark nach Vorschrift, auch wegen der ver-

schärften Rahmenbedingungen. Das ist verständlich, löst aber viele unternehmerische Probleme nicht. Ich sage deshalb: Der Unternehmer braucht jemanden, der das große Ganze im Blick hat und nicht nur einen Teilbereich.

### **Was suchen Sie aktuell konkret? Kunden oder Mitarbeiter?**

Beides, aber im Kern geht es mir um Menschen, die dieses Modell weitertragen können. Ich bin jetzt in einer Phase, in der ich den Fortbestand der Dienstleistung absichern will. Ich suche keine klassischen Produktverkäufer, sondern erfahrene Persönlichkeiten mit Lebenserfahrung, die mit Unternehmern auf Augenhöhe sprechen können.

### **Wie würden Sie die Zielgruppe beschreiben?**

Menschen ab etwa Mitte 30 aufwärts, idealerweise mit Erfahrung in Beratung, Vertrieb oder Finanzdienstleistung, aber vor allem mit Reife, Glaubwürdigkeit und Substanz. Wer nur schnell verkaufen will, passt nicht zu uns. Wir brauchen Leute, die langfristig Beziehungen aufbauen und inhaltlich arbeiten wollen.

### **Also weniger Vertrieb, mehr Consulting?**

Absolut. Wenn man es zuspitzen will: Finanzberatung im alten Sinn ist out, Consulting ist in. Die Zukunft gehört aus meiner Sicht jenen, die echte Planung, Bildung, Struktur und langfristige Begleitung anbieten.

### **Was müsste sich aus Ihrer Sicht politisch ändern, damit private Vorsorge in Österreich wieder attraktiver wird?**

Es braucht wieder echte Anreize für Eigenverantwortung. Private Vorsorge muss steuerlich spürbar gefördert werden, sonst bleibt sie für viele Menschen unattraktiv oder schlicht nicht leistbar. Der Staat diskutiert oft an den eigentlichen Problemen vorbei.

### **Ihr Unternehmen wird nächstes Jahr 30 Jahre alt. Was ist für Sie der wichtigste Beweis, dass Ihr Ansatz funktioniert?**

Dass wir trotz aller Marktumbrüche noch da sind, weiter wachsen und eine klare Position haben. Wir haben viel in eigene Systeme, Datenbanken und Prozesse investiert und betreuen unsere Kunden strukturiert und nachvollziehbar. Genau diese Systematik ist aus meiner Sicht der Grund, warum wir erfolgreich sind.

**Danke für das Gespräch.**

## PARTNER-PORTRÄT



The Finance Assistance Company®  
since 1997



**Bianca Christina Silvestri, MBA**  
Geschäftsleitung, VPI Vermögensplanung

## Firmenporträt

VPI wurde 1997 gegründet und betreut österreichweit Tausende Privat- und Unternehmenskunden in allen Belangen der privaten und betrieblichen Vorsorge. Die Kernkompetenzen liegen in der Planung, im langfristigen Aufbau und in der Sicherung von Kundenvermögen.

## Kontakt

Bahnhofstraße 9  
5760 Saalfelden  
Österreich

Tel.: +43/6582/702 84-12  
Fax: +43/6582/702 84-99  
E-Mail: christina.silvestri@vpi.at  
Internet: [www.vpi.at/career](http://www.vpi.at/career)