

Der analoge Tech-Chef

Mit seiner Technologiefirma eilt **Jan Schoch** von Rekord zu Rekord – trotz ungewöhnlicher Methoden: Der Leonteq-Chef telefoniert mit einem antiken Fernsprecher und verzichtet sowohl auf E-Mail als auch auf Computer.

HARRY BÜSSER TEXT / SALVATORE VINCI FOTO

Es klingelt – einmal, zweimal und noch ein paar Mal. Dann nimmt Jan Schoch, der derzeit erfolgreichste Schweizer Jungunternehmer, den Hörer von der Gabel. Mit wem der Chef des Milliardenkonzerns Leonteq wohl spricht? Dazu später. Vorerst irritiert das Telefon zu sehr. Es ist ein Modell aus schwarzem Bakelit-Kunststoff mit einer runden Wählscheibe, wie sie zu Zeiten üblich war, als die Swisscom noch PTT hiess und Telefone nicht gekauft, sondern gemietet wurden. Der Fernsprecher steht auf dem Schreibtisch von Jan Schoch, der von Finanzprofis gerade wieder zum wichtigsten Kopf der Derivatebranche gewählt wurde.

Nach einem Rechner suchen Besucher das Büro vergeblich ab. «Als der Computer meiner Assistentin streikte, habe ich ihr meinen überlassen», erzählt er und hegt keine Absicht, sich wieder einen anzuschaffen. «Alles Nötige schreibe ich handschriftlich in mein Notizbuch.» Dieses werde nicht elektronisiert. Seine E-Mail-Adresse habe er schon vor rund einem halben Jahr abgeschafft.

Keine E-Mails, kein Computer und ein antiker Fernsprecher – dafür lenkt Schoch einen schnell wachsenden Technologiekonzern mit 300 Mitarbeitenden mit Hauptsitz in Zürich, im schicken Hürlimann-Areal, direkt neben dem Forschungssitz von Google. Der erst 37-jährige Jungunternehmer scheint aus der Zeit gefallen zu sein. Darüber wundern sich nicht nur Aussenstehende, sondern auch Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Immerhin war Schoch dafür bekannt, fast Tag und Nacht eine Flut von E-Mails zu versenden. «Dass ich meinen E-Mail-Account gelöscht habe, soll auch Signalwirkung haben», erklärt er. In der internen Kommunikation habe er den Schritt begründet. Eines Tages habe er sich gefragt, wie es sein könne, dass er 800 E-

«Finanzfirmen werden in Zukunft nicht mehr alles selber produzieren können.»

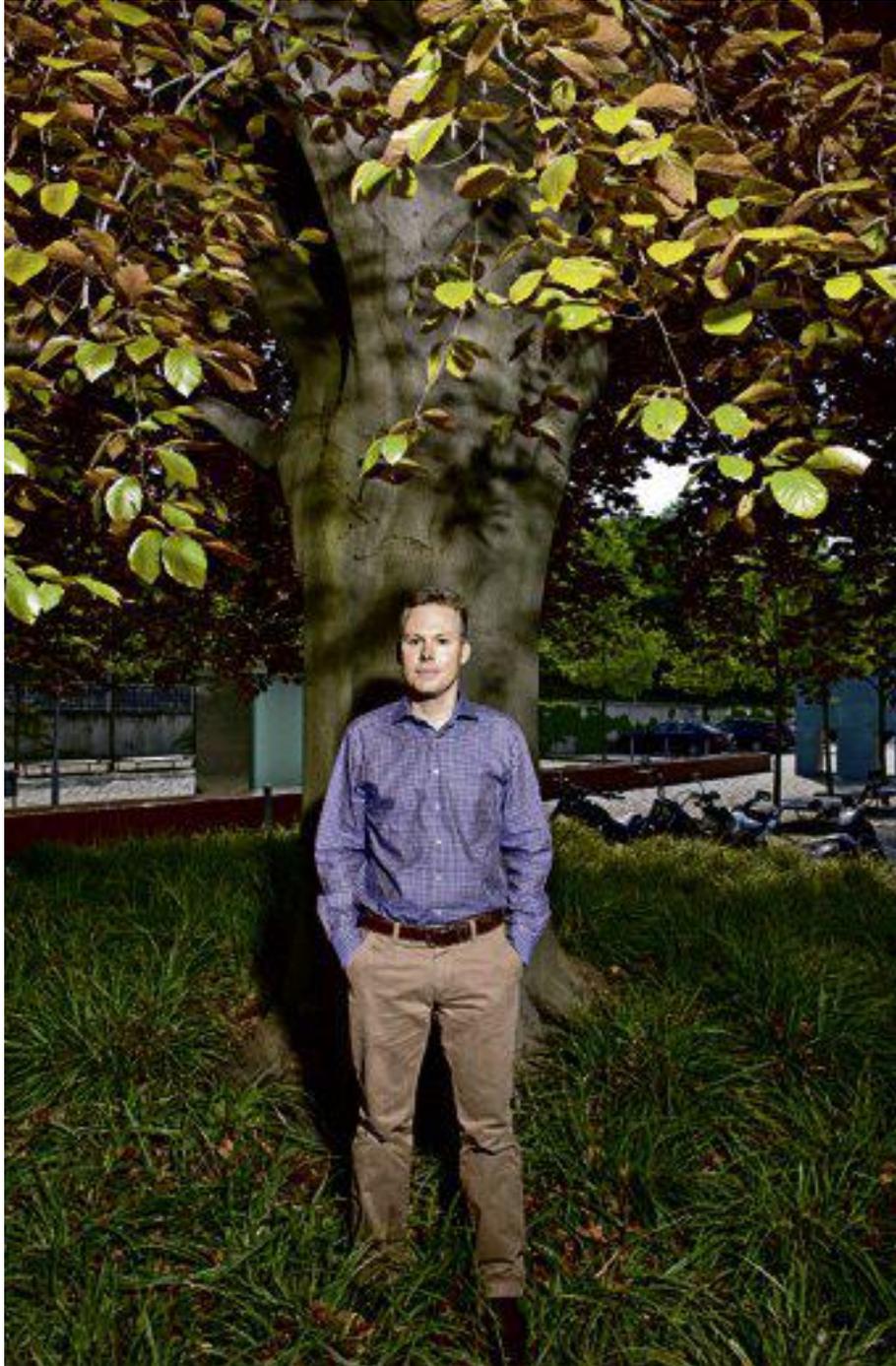
Mails pro Tag erhalte. «Deren Bearbeitung hat mich enorm viel Zeit gekostet», sagt Schoch. E-Mails in solchen Mengen zu versenden, sei kein effizienter Prozess und verleite dazu, viel Unwichtiges zu kommunizieren. «Wichtiges soll im persönlichen Gespräch diskutiert werden.»

Mehr Kompetenz für Mitarbeiter. «Vieles muss ich gar nicht erfahren, auch nicht per E-Mail», sagt Schoch. Die Zuständigen sollten selber entscheiden, ohne ihm im CC-Feld eine Kopie zu senden. Da er jetzt keine E-Mail-Adresse mehr hat, müssen seine Mitarbeiter mehr Verantwortung übernehmen und unternehme-

risch denken. «Das traue ich ihnen auch zu», sagt Jan Schoch. Dass drei Viertel davon einen Universitätsabschluss haben, könnte als Beleg dafür herangezogen werden. Allerdings ist die Belegschaft relativ jung: Das Durchschnittsalter liegt bei 35 Jahren. Dies könnte den Schluss zulassen, dass nicht alle Mitarbeiter aus langjähriger Erfahrung Entscheidungssicherheit schöpfen können. Es ist aber kein Argument, das Schoch gelten lässt.

Der Leonteq-Chef verweist auf das schnelle Wachstum seines Unternehmens von vier Mitarbeitern im Jahr 2007 auf aktuell 300. Noch vor wenigen Jahren habe er aus heutiger Sicht unbedeutende Beschlüsse selber getroffen. So entschied er etwa beim Budget für die Inneneinrichtung eines neuen Sitzungszimmers mit. «In den Anfängen im Jahr 2007 war das für eine Organisation mit vier Mitarbeitern eine wichtige Entscheidung, die einen grossen Teil des Gesellschaftskapitals binden konnte», so Schoch. Heute sei das anders, aber die Mitarbeiter seien es gewohnt gewesen, dass er solche Entscheidungen selber getroffen habe.

Befreit vom Hamsterrad des Tagesgeschäfts mit 800 E-Mails, hat Schoch viel Zeit gewonnen. Er steht aber keineswegs im Verdacht, sich während der Arbeitszeit zu verlustieren, sondern nutzt die Präsenzzeit jetzt anders. Etwa für Kundenkontakte, Gespräche mit Mitarbeitern, der Geschäftsleitung und dem Verwaltungsrat. Zudem hat er den Kopf frei bekommen, um über die Zukunft von Leonteq zu sinnieren. «Finanzfirmen



**«Vieles muss ich gar nicht erfahren»:
Leonteq-Chef Jan Schoch.**

Wachstum soll in Asien generiert werden, wo Schoch bereits mit lokalen Instituten verhandelt und für sie strukturierte Produkte produzieren will. Mit zwei Standorten, in Hongkong und Singapur, ist Leonteq in Asien bereits präsent. Den Standort in Singapur hat er selbst mitaufgebaut. «Für eine beschränkte Zeit war ich mit meiner Familie vor Ort», sagt er. Nach Asien umzuziehen, kann sich der Vater von drei Kindern im Alter von zwei, vier und zehn Jahren aber nicht vorstellen, auch nicht als Signal für seine Mitarbeiter. «Ich setze zwar immer gerne Zeichen. Aber es gibt auch Zeichen, die ich nicht setzen will.» Er habe nicht vor, aus Appenzell wegzuziehen.

Chinos statt Anzug. Angesprochen auf seine Familie, sagt Jan Schoch nur, dass seine Lebensqualität ohne E-Mail und Computer gestiegen sei. Wegen des Geldes müsste er gar nicht mehr arbeiten. Sein Anteil von 7,5 Prozent an Leonteq auf dem Papier ist rund 100 Millionen Franken wert. «Die Anteile im Umfang von 7,59 Prozent», sagt er, «könnten erst 2017 ganz verkauft werden.»

Jan Schoch nimmt es genau. Allerdings nicht mehr so sehr bei seiner Kleidung. Im letzten Jahr noch bekannt dafür, immer perfekt im dunklen Anzug aufzutreten, trägt er jetzt Chinos und lässt die Krawatte weg. Er sei lange für Banken tätig gewesen, sagt er dazu – für Goldman Sachs und Lehman Brothers. Dort habe er die Branchenuniform getragen. «Als ich letztes Jahr einen Unternehmerpreis von Ernst & Young entgegennehmen durfte, hat mich die Moderatorin als Mann mit dem immer makellosen Anzug vorgestellt.» Da habe er sich gefragt, ob er das sei, ob das für ihn stimme. «Jetzt ist es authentisch, und ich arbeite ja nicht mehr für eine Bank, sondern für eine Technologieplattform.»

Das Telefon klingelt wieder. Bevor Schoch den Hörer von der Gabel des antiken Apparats nimmt, sagt er: «Ein Geschenk meines Vaters, der rund 40 Jahre für die Swisscom arbeitete.» Wer ihn anruft? «Entweder meine Frau oder meine Assistentin. Sie sind die Einzigen, die diese Nummer haben.» ■

werden in Zukunft nicht mehr alles selber produzieren können, sondern müssen sich spezialisieren. Wir werden die Technologieplattform für strukturierte Produkte sein», erläutert er die groben Züge seiner Zukunftsvision für Leonteq. Schon heute stammt die Hälfte des Umsatzes seiner Firma von Produkten, die andere Finanzdienstleister, vor allem Banken und Versicherungen, unter ihrem Namen emittieren.

Die Anleger glauben an seine Strategie. Der Aktienkurs von Leonteq eilt von Hoch zu Hoch. War die Firma beim Börsengang 2012 rund 300 Millionen Franken wert, sind es heute über eine Milliarde. Es ist die Wachstumsgeschichte in der hiesigen Finanzbranche schlechthin. Alleine 2013 schnellte der Gewinn um 89 Prozent in die Höhe, auf 38,8 Millionen Franken.

Doch der Markt für strukturierte Produkte in Europa schrumpft. Weiteres