

Der Mann, der Trump eine Rolex schenkte

Jean-Frédéric Dufour meidet die Öffentlichkeit – nun ist ausgerechnet eine Uhr zum Symbol des Schweizer Zoll-Deals mit den USA geworden

ANDREA MARTEL, CHANCHAL BISWAS

Wenn Schenken eine Kunst ist, steckt dann hinter einem perfekten Geschenk ein Künstler? Möglicherweise. Sicher beweist es ein Gespür für Symbole, Gesten – und vor allem für Menschen.

Neustens zeigt auf dem «Resolute Desk», dem Schreibtisch des US-Präsidenten im Oval Office, eine Rolex-Tischuhr die Zeit an. Eine sechsköpfige Delegation von Schweizer Wirtschaftsführern hat sie am 4. November in Washington übergeben.

Nein, nicht als Geschenk an Donald Trump himself, sondern an das amerikanische Volk. Die Rolex sei eine von mehreren «symbolischen Gesten der Wertschätzung, die den Geist der Freundschaft und die dauerhaften Beziehungen zwischen den beiden Nationen widerspiegeln». So steht es laut dem Branchenportal Hodinkee in einem Begleitbrief, gezeichnet von Jean-Frédéric Dufour, 57, seit 2014 Chef des Genfer Uhrenherstellers.

Was sagt dieses Geschenk über Dufour? Dass er einen Sinn für Zurückhaltung hat zum Beispiel, ist die «Resolute»-Rolex doch designmässig an die «Datejust», ein Einstiegermodell des Luxusuhrenherstellers, angelehnt. Und sie ist günstig: Offenbar handelt es sich bei Trumps Tischuhr im Wesentlichen um ein Werbeprodukt, wie es auch Rolex-Händlern zur Verfügung gestellt wird. Materialwert: gering – Symbolwert: hoch.

Gleichzeitig ist da ein unübersehbarer Pragmatismus: Das Zifferblatt ist in Rolex-Grün gehalten, das Gehäuse in Trump-Gold. Eine wenig subtile, aber effektive Art, eine emotionale Verbindung zum Beschenkten zu schaffen.

Vor allem aber signalisiert eine Tischuhr als Geschenk Cleverness. Anders als eine Armanduhr kann sie nicht einfach abgelegt werden. Nun ist sie stets im Blickfeld des mächtigsten Mannes der Welt, die Rolex als Uhr gewordene Mahnung an die «dauerhaften Beziehungen» zwischen der Schweiz und den USA. Tatsächlich rückte nach dem Besuch der Schweizer CEO-Delegation im Oval Office und anschliessenden Reisen der Staatssekretärin Helene Budliger Artieda und des Wirtschaftsministers Guy Parmelin nach Washington eine Lösung im Handelsstreit zwischen den USA und der Schweiz plötzlich in Reichweite.

Logenplatz am US Open

Dass ausgerechnet Rolex bei den Zollverhandlungen zwischen der Schweiz und den USA eine Rolle spielte, ist überraschend. Das Genfer Unternehmen gilt als Inbegriff der Diskretion, sein Chef als Mann, der die Öffentlichkeit meidet. Das zeigt sich etwa auch an den grossen Tennisturnieren. Rolex sponsert zwar alle Grand-Slam-Turniere. Aber anders als den amerikanischen Bankern, die als Sponsoren jeweils an der Pokalübergabe zuvorderst dabei sein wollen, würde es den calvinistischen Genfern nie in den Sinn kommen, den Centre-Court zu betreten. Den Namen Jean-Frédéric Dufour kannten bis vor kurzem denn auch nur Uhrenkenner.

Dann kam der 7. September, der Final des US Open, und Dufour stand plötzlich doch im Rampenlicht. Bevor die Tenniscracks Carlos Alcaraz und Jannik Sinner in New York aufspielten, betrat er Seite an Seite mit US-Präsident Donald Trump die Rolex-Loge. Das muss man sich einmal vorstellen: Während sich der Bundesrat nach dem verhängnisvollen Telefongespräch von Bundespräsidentin Karin Keller-Sutter mit Donald Trump Anfang August vergeblich um einen Termin im Weissen Haus bemüht, lädt ein Uhrenhersteller den Präsidenten zum Tennisschauen ein. Als wäre es das Normalste der Welt.

Dies gab Dufour die Gelegenheit, sich 55 Minuten lang mit dem US-Präsidenten auszutauschen. Ein kontroverser Auftritt, der auch die demokratische Senatorin Elizabeth Warren auf den Plan rief. Sie forderte öffentlich



Rolex-CEO Jean-Frédéric Dufour scheint zu wissen, dass die Macht, die seine Stellung mit sich bringt, nur geliehen ist und mit Bedacht eingesetzt werden sollte.

KARIN HOFER / NZZ

Transparenz über dieses Treffen ein. Dufour schrieb ihr einen Brief, in dem er klarstellte, dass Trump und er «keine substanziellen Themen» besprochen hätten. Diesen Brief veröffentlichte Warren auf X.

Hauptsache, diskret

Zurückhaltend, pragmatisch, clever. So tritt der Rolex-Chef auch im persönlichen Gespräch auf. Ein schweigsamer Mensch ist der 57-Jährige allerdings nicht. Schweigsam ist Rolex, Dufour hat sich den diskreten Stil des Hauses nur zu eigen gemacht, nachdem er 2014 an die Spitze berufen worden war. Einst als kommunikativ auftretender Manager ein gerngesehener Interviewpartner, verschwand Dufour schlagartig aus der Öffentlichkeit.

Die Wahl Dufours überraschte. Davor war er CEO der Traditionsmarke Zenith, die zum französischen Luxusgüterimperium LVMH («Louis Vuitton») gehört. Es war das erste Mal, dass Rolex einen Chef von aussen holte. Die 1905 gegründete Marke hatte stets auf interne Nachfolger gesetzt. Nach dem Tod des legendären Patrons Hans Wilsdorf im Jahr 1961 übernahm André Heinegger, der vorher lange für das internationale Geschäft verantwortlich war. Auf ihn folgte sein Sohn Patrick, der dann allerdings – auch wegen seiner flamboyanten Art – 2008 entlassen wurde.

Das führt zu einer Periode der Unsicherheit und zu mehreren Übergangslösungen, bis die Hans-Wilsdorf-Stiftung, die Alleineigentümerin von Rolex, Dufour holte. Und mit ihm viel neue Energie und Branchenerfahrung. Dufour hatte nicht nur bei LVMH, sondern auch beim Schmuckhaus Chopard und bei der Swatch Group der Familie Hayek gearbeitet und so die Schweizer Uhrenindustrie in allen Facetten kennengelernt.

Hinter den Kulissen jedoch setzt er Akzente. Dufour hat die Marke Rolex –

deren Bestseller wie «Submariner», «Daytona» oder «GMT Master» allesamt vor mehreren Jahrzehnten ersonnen wurden – schrittweise modernisiert: von farbigen Zifferblättern über den Einsatz von Emojis bis zur Lancierung der komplett neuen Modelllinie «Land-Dweller». Darüber hinaus wagte Dufour strategische Schritte, die zuvor undenkbar gewesen waren. So übernahm Rolex 2023 die Luzerner Juwelierkette Bucherer. Mit dieser Übernahme ist die mit Abstand umsatzstärkste Schweizer Uhrenmarke nun auch einer der grössten Fachhändler der Welt. Eine Machtballung, die einige in der Branche beunruhigt.

Sein Fan, Mentor und Freund

Doch Jean-Claude Biver – neben Nicolas G. Hayek die wohl prägendste Figur der Schweizer Uhrenbranche in den letzten fünfzig Jahren – würde seine Hand für Dufour ins Feuer legen. Die beiden arbeiteten bei Léon Hatot und Blancpain zusammen, später war es Biver, der Dufour bei LVMH zum Chef von Zenith machte. «Ich habe rasch gemerkt: Jean-Frédéric ist richtig gut, und vor allem ist er jemand, der das Produkt versteht», sagt der Uhren-Doyen Biver. Er war sein Mentor – und gibt offen zu, Dufour von Anfang an bewundert und selbst um Rat gebeten zu haben.

Heute sind die beiden eng befreundet. Bei Dufours Wechsel zu Rolex habe er selber nicht die Finger im Spiel gehabt, «aber ich war extrem glücklich für ihn, und ich finde, er passt extrem gut zu Rolex», sagt Biver.

Die Art und Weise, wie der Rolex-Chef Dufour nun vorgegangen ist, um bei Donald Trump vorsprechen zu können, erinnert stark an die Methode Biver: Probleme direkt und pragmatisch anpacken. «Wer etwas bewegen will, muss den Kontakt suchen – und das Gegenüber verstehen», erklärt der

76-Jährige. Noch etwas dürfte Dufour von seinem Mentor gelernt haben: Ein Geschenk kann viel bewirken. Biver ist in der Uhrenbranche schon lange bekannt dafür, dass er zu Weihnachten Freunde und Kunden mit Käse von seinem eigenen Landgut beglückt. Man darf annehmen, dass Dufour im Oval Office trotzdem besser gefahren ist mit Rolex-Tischuhr statt Gruyère-Laib.

Keine wirtschaftliche Not

Warum aber setzt sich der diskrete Rolex-CEO im Handelsstreit mit den USA plötzlich dem grellen Scheinwerferlicht aus? Leidet das Geschäft so sehr, dass der Chef aktiv werden muss? Wohl kaum.

Auch wenn die Marke, wie alle anderen auch, in den USA derzeit weniger Geld verdient: Rolex steht das durch, ohne mit der Wimper zu zucken. Kenner der Firma formulieren es so: Rolex ist eigentlich eine Bank mit angehängtem Immobilienportfolio, die es sich auch noch leistet, Uhren herzustellen. Auch persönlicher Geltungsdrang, wie er häufig bei Managern in seinem Alter diagnostiziert werden kann, würde nicht zu Dufour passen. Er scheint zu wissen, dass die Macht, die seine Stellung mit sich bringt, nur geliehen ist und mit Bedacht eingesetzt werden sollte.

Dass das Dufour nicht nur zum Wohl von Rolex tut, hat er an anderer Stelle schon bewiesen. Nach dem Untergang der «Baselworld» im Jahr 2020, wo die Branche jeweils mit Glanz und Gloria ihre Neuigkeiten präsentierte, war Dufour zusammen mit dem Riche-mont-Patron Johann Rupert federführend bei der Gründung der neuen Uhrenmesse «Watches and Wonders» in Genf. Davon profitieren massgeblich auch kleinere Schweizer Hersteller. Sie hätten es aus eigener Kraft kaum geschafft, einen neuen Branchentreff auf die Beine zu stellen.

Schweigen ist Gold

Als es im Zollstreit mit den USA um noch mehr geht, nämlich um die Schweizer Exportwirtschaft als Ganzes – auch 15 statt 39 Prozent Zoll sind keine Vitaminpille –, schien Dufour sich nicht zu schade dafür zu sein, das Renommee von Rolex für eine ihm wichtige Sache einzusetzen. Für den Freund und Mentor Jean-Claude Biver ist klar, dass Dufours Engagement nichts mit Eigeninteresse zu tun hat und auch nichts mit Rolex: «Es ist eine patriotische Mission. Ein Dienst am Land.»

Doch mit den Schweizerinnen und Schweizern ist es so eine Sache, wenn Einzelne es wagen, aus dem eidgenössischen Mittelmaass herauszuragen. Es wird gerne gegen sie verwendet. Das könnte sich etwa an den Geschenken entzünden, welche die Schweizer Delegation nach Washington trug. Die pragmatische Sicht ist die folgende: Trump mag Geschenke, und wer da ein feines Gespür beweist, hat dann auch bessere Chancen, dass seine Anliegen gehört werden.

Es gibt aber auch eine andere Sicht. Was würde passieren, wenn die gleiche Schweizer Delegation – zwei Luxusgüter-Hersteller, ein Rohwarenhändler, ein Private-Equity-Investor, ein Reeder sowie der Betreiber einer Goldraffinerie – einem afrikanischen Regierungschef die Aufwartung machen würde mit Rolex-Uhren und Goldbarren im Gepäck? Das Land würde «Korruption!» schreien. Gut möglich, dass dies nun Dufour widerfährt. Sein Einsatz im Handelsstreit war nicht ohne Risiko. Schon nach seinem Auftritt am US Open hagelte es Kritik – von «Bückling vor Trump» bis «Rollenvermischung».

Heute kann man sagen: Es hat trotzdem funktioniert. Und wenn der Sturm der Empörung über Jean-Frédéric Dufour niedergehen sollte, wird der Rolex-Chef tun, was Rolex in solchen Situationen immer tut: schweigen.