

Francesca Kuonen

Lara Croft der Schweizer Alpen

Der Skimarkt schmilzt seit Jahren schneller als die Schweizer Gletscher. Bei der Skifirma AK Ski legen die Verkäufe trotzdem zu. Und zwar ohne Werbung, ohne Marketingbudget. Hinter der edlen Marke, die seit Beginn nur schwarze Ski verkauft, steht Francesca Kuonen. Sie gilt als Exotin im Skizirkus. Ihr Erfolgsrezept: Sie verkauft nicht nur technisch ausgereifte Bretter, sondern ein Lebensgefühl und Luxus im Schnee.

Text: **Silvia Affolter** Bilder: **Stefan Schlumpf**

«Unsere Ski sind Schmuckstücke», meint Francesca Kuonen, die zusammen mit ihrem Bruder Marco die Skifirma AK Ski in Stansstad führt. Ein Rundgang am Firmensitz unterstreicht, dass Ästhetik bei der Familie Kuonen eine zentrale Rolle spielt. Hinter der Fassade eines Nullachtfünfzehn-Mehrfamilienhauses verbirgt sich die schöne Welt von AK Ski. Der Ski-Ausstellungsraum ist ein cooles Loft. Kristallene Kronleuchter hän-

«Bei der Skientwicklung lässt sie sich von Porsche inspirieren.»

gen von der Decke, bequeme Ledersitze sorgen für Gemütlichkeit, mannshohe antike Spiegel und Hunderte von Kerzen schmücken zusätzlich den in Schwarzttönen gehaltenen Raum.

Die Firma hat keine Angestellten, und so öffnet die Chefin persönlich die Tür. Bei ihrem Anblick ist mein erster Gedanke: Hier hat sich Lara Croft in die hintersten Ecken des Vierwaldstättersees verirrt. Schwarz und sehr stylish gekleidet, wirkt die über einen Meter achtzig grosse ehemalige Vize-Europameisterin im Rudern und exzellente Skifahrerin wie eine Amazone. Herzlich und dankbar empfängt sie mich. Den Weg zum Firmensitz würden ansonsten nur Ski-Cracks und Händler finden, meint sie und lacht so

laut, dass ihr ständiger Begleiter, ein grosser schwarzer Vierbeiner, der auf den Namen Furlane hört, freudig jault.

Hier hat alles angefangen. In Stansstad habe ihr Vater 1995 das Unternehmen gegründet. So zieren auch etliche Fotos von «Pa», wie sie ihn liebevoll nennt, die Wände. Vor sechs Jahren starb ihr Vater Aldo Kuonen mit nur sechzig Jahren an den Folgen eines Hirntumors. So übernahmen Francesca Kuonen und ihr Bruder Marco sein Lebenswerk. Das sei für sie beide eine Selbstverständlichkeit gewesen, sie seien ja in der Skiwelt aufgewachsen. Im Hause Kuonen wurde von jeher über nichts anderes als über Ski gesprochen, und es gibt wohl keine Piste in der Schweiz, die die Familie an den Wochenenden nicht heruntergesaust ist. Die Aufgabenteilung der Geschwister ist klar: Francesca kümmert sich um die Finanzen und ist Markenbotschafterin, ihr Bruder Marco kümmert sich um die Technik. Sonst werden alle Entscheidungen gemeinsam getroffen.

Das Design entsteht in Stansstad, die hochwertigen Materialien stammen aus der Schweiz und Österreich, und produziert wird in Italien. Wo genau, das will die Chefin nicht verraten, das ist Firmengeheimnis. 3000 Paar Ski werden jährlich gebaut. Hinzu kommen Einzelanfertigungen und Spezialaufträge. Ein Kunde aus dem Nahen Osten habe für eine exklusive Sonderanfertigung über 10000 Franken bezahlt. Er sei damit so zufrieden gewesen, dass er danach die ganze Familie mit AK-Ski eingedeckt habe. Stolz

Francesca Kuonen

Francesca Kuonen wurde 1984 in Kehrsiten, Luzern, geboren. Mit zwei Jahren stand sie zum ersten Mal auf den Ski, mit achtzehn wurde sie Vize-Europameisterin im Rudern. Nach dem Abschluss der Sporthandelschule in Luzern arbeitete sie bei der Firma Volcom International in Zug und war für den Einkauf im Surf- und Sportbekleidungsbereich tätig.

2012 erfolgte der Einstieg in den väterlichen Betrieb AK Ski. AK Ski ist ein «Zweimannbetrieb». 3000 Paar Ski werden in Handarbeit jährlich in Italien produziert, Wachstum steigend. Neu führt die Firma auch eine eigene Wintersportkollektion.

AK Ski wurde 1995 in Stansstad von Francescas Vater Aldo Kuonen gegründet. 2012 starb dieser gerade mal sechzigjährig an den Folgen eines Hirntumors. Seitdem leitet Francesca Kuonen zusammen mit ihrem Bruder Marco das Unternehmen.

Francesca Kuonen ist nicht nur begeisterte Sportlerin – schnelle Autos, Uhren und Innendesign sind ebenfalls ihre Passion. Zusammen mit ihrem Freund Jean-Pierre Erni, einem Skientwickler bei Movement Skis, wohnt sie in Kehrsiten.

www.ak-ski.ch





Silvia Affolter im Gespräch mit Francesca Kuonen, CEO von AK Ski.

sei man auch auf die Kooperation mit dem Schweizer Uhrenhersteller Hublot. Für die Lancierung des Skull-Modells (Uhrwerk mit Totenkopf) durften die Geschwister einen passenden Ski entwickeln. «Die Zusammenarbeit mit Hublot ist Gold wert», meint Francesca Kuonen. Die Arbeit mit Jean-Claude Biver, dem Präsidenten, Ricardo Guadalupe, dem CEO, und dem Kreativteam habe enormen Spass gemacht. Als kleiner Skihersteller dürfe man sich im Glanz eines internationalen Brands sonnen. «Die Zusammenarbeit mit Hublot ist für uns unbezahlbare Werbung», betont Francesca Kuonen.

Und dann stellt sie mir stolz die neue Skikollektion vor: Black Python, Pink Silver und White Red heissen die Bretter, die für Francesca Kuonen die Welt bedeuten. Es kommt mir vor, als würde sie Rennmaschinen anpreisen, denn die Technik ist das, was die 34-Jährige besonders hervorhebt. Bei der Skientwicklung lasse sie sich am liebsten

von Porsche inspirieren: aussen perfektes Design, unter der Haube Spitzentechnologie. Sie nimmt ein Modell in die Hand und meint: «Dieser Ski ist wie ein 911er Carrera RS.»

Durch Erhöhung des Kunststoff- und Verminderung des Kautschukanteils im Belag sei der Ski hart, direkt, brachial. «Das ist ein böser, wendiger Ski, der ohne viel Kraft reagiert», erklärt sie begeistert. Warum werden die Ski nur in Schwarz produziert? «Schwarz ist edel und zeitlos», sagt Francesca Kuonen. «Unser Vater war der Erste, der schwarze Ski hergestellt hat.» Das sei vor über zwanzig Jahren schon sehr mutig gewesen, da damals alle Hersteller auf bunte Ski gesetzt hätten. Dass die Farbe Schwarz massgeblich zum Erfolg der Firma beigetragen hat, davon ist auch Jürg Roth, Inhaber von Boom Sport in St. Moritz und einer der grössten Abnehmer von AK-Ski, überzeugt: «Ein Ferrari muss doch einfach rot sein, und ein AK-Ski muss eben schwarz sein», meint er. Zudem habe der Ski eine tolle Verkauf-

story erklärt er mir begeistert: «Die Menschen wollen Geschichten hören.» Selbst bei einem Skikauf würden Emotionen eine grosse Rolle spielen. Bei den meisten Konkurrenzprodukten beschränke sich die Story lediglich auf die Erfolge im Weltcup, bei AK Ski gebe es hingegen eine tolle Familiengeschichte zu erzählen.

Jürg Roth erinnert sich noch gut, wie Francescas Vater, den er als Rennleiter von Rossignol und später als Importeur von Atomic kennenlernte, bei ihm mit zwei selbst produzierten Ski aufkreuzte. «Auf dich hat keiner gewartet», habe er damals zu Kuonen gesagt. Doch dieser überzeugte ihn mit dem Argument: «Das ist ein State-of-the-Art-Ski, ein Worldcup-Ski für alle.» Die Modelle seien schon damals optisch ein Hingucker gewesen. «Schwarze Ski, lediglich mit einer Silbermedaille bestückt, so was gab es noch nicht.» Zudem sei die Machart innovativ gewesen: Jeder AK-Ski verfügte über eine Sandwichkonstruktion, bis dahin waren die

Francesca Kuonen – das 60-Sekunden-Interview

Was ist der beste Rat, den Sie Frauen, die Karriere machen wollen, geben können?

Immer sie selbst zu sein und Erfahrungen zu sammeln.

Was würden Sie in Ihrer Karriereplanung aus heutiger Sicht anders machen?

Nichts.

Was halten Sie von Frauenquoten?

Nichts. Das Geschlecht sollte keine Rolle spielen, Mann oder Frau ist egal. Hauptsache, es passt, und die Leistung stimmt.

Was können Frauen von Männern lernen und umgekehrt?

Frauen sollen direkter ihre Meinung sagen. Männer auch.

Was können Frauen definitiv besser?

Fokussiert bleiben.

Welches sind für Sie die nützlichsten Business-Netzwerke?

Persönliche Kontakte.

Was muss passieren, damit mehr Frauen auch in der Schweiz in Führungspositionen kommen?

Frauen müssen sich mehr zutrauen. Ich denke, dass es zeitgemässen Männern in der Schweiz egal ist, ob vorne eine Frau oder ein Mann steht.

Was unternimmt Ihr Unternehmen dafür?

Bei uns ist es ja schon so.

Welche Topmanagerin oder welchen Topmanager bewundern Sie?

Menschen, die etwas von Grund auf aufgebaut haben und damit Erfolg haben.

Was wissen die wenigsten über Sie?

Ich brauche neun Stunden Schlaf.

sie. Um vermehrt Menschen auf die Ski zu locken, organisiert die Chefin von AK Ski fast an jedem Winterwochenende Testfahrten und pflegt dabei auch den persönlichen Kundenkontakt.

Noch vor Sonnenaufgang packt Francesca Kuonen Dutzende schwerer Skipakete in ihren Van und fährt Richtung Engadin. Dann werden die Ski ausgepackt, zur Gondelbahn getragen und danach am Pistenrand aufgestellt. Francesca Kuonen leistet Schwerarbeit: «Manchmal frage ich mich schon, weshalb mir bei all dieser Schlepperei noch kein Schnauz gewachsen ist.» Jeden Tag geht sie ins Fitnessstudio, nicht zuletzt auch, um diese Arbeit überhaupt bewältigen zu können. Das sei der harte Teil dieses Jobs. Wie viele Kilos sie jährlich auf den Schultern trage, wisse sie nicht genau. Von den Testfahrten abgesehen, beliefert Francesca Kuonen auch die rund fünfzig Händler in der ganzen Schweiz.

Der Testtag kann beginnen, und die ersten Frühaufsteher kommen. Es sind vor allem Ski-Cracks, Sportler, die nebst ausgereifter Technik das Besondere suchen und Wert auf ein edles Design legen. «Wow», entfährt es dem ersten Kunden, einem Herrn aus Colorado, der zum ersten Mal «The Beauty of the Swiss Alps» erleben will. «Die Beläge sind ja der Wahnsinn!», meint er begeistert.

Die Beläge sind in der Tat ein Hingucker. Für die diesjährige Skikollektion wurden sie in Leuchtfarben produziert. Francesca freut sich ob dieser ersten Kundenreaktion und sagt: «Wenn du mit diesem Ski auf dem Schnee stehst, dann sieht das einfach sexy aus.» Der Amerikaner schaut Francesca in die Augen, dann blickt er gedankenverloren auf die Bretter. Er schnallt sich die Ski an und braust davon. Als er zurückkommt, meint er: «Du hattest recht – echte Rennmaschinen und sehr sexy.» Francesca Kuonen antwortet darauf mit der Firmenphilosophie von AK Ski: «Don't try to explain emotions, just feel them.» Keiner repräsentiert diese Maxime besser als sie! □

Ski nur als Schale konstruiert worden. Begeistert zeigt sich der Skihändler auch von der Qualität: bestes Holz innen, qualitativ hochwertiges Material aussen. Und so sei denn auch die Lebensdauer eines AK-Skis gegenüber Konkurrenzprodukten erstaunlich lang: fünf bis acht Jahre. Selbst Skilehrer würden gerne auf AK-Ski setzen, da diese immerhin 400 bis 600 Skitage herhielten. «Im Normalfall sind Ski bei Profis nach hundert Tagen durchgefahren», meint der Sporthändler. Somit sei der relativ hohe Preis von durchschnittlich 1700 Franken gerechtfertigt. Ein Preis, den sich nur noch wenige leisten können und wollen. Einkaufstourismus an der Grenze und der starke Euro haben den Skimarkt einbrechen lassen. Freerider und Freestyler shoppen schon lange im Internet, und Familien haben Occasionsbörsen entdeckt. Billigflüge ins Ausland und die immer kürzer werdenden Winter schaden dem Wintertourismus zusätzlich. Für Skifahrer, die weniger als eine Woche im Jahr fahren, lohnt sich die Miete.

Francesca Kuonen versteht den Einbruch des Skimarkts: «Skifahren ist in der Schweiz zum Luxus geworden.» Zudem seien viele Skigebiete ja nicht unbedingt kundenfreund-

lich. Es fehle an Flexibilität. «Warum muss ein Kunde eine Tageskarte lösen, wenn er nur morgens kurz eine Stunde auf die Ski will?», fragt sie sich. Zudem hätten die letzten Jahre gezeigt, dass sich die Saison in den Frühling ziehe. Wenn der Schnee dann endlich da sei, würden die Kunden weggeschickt, die Bahnen geschlossen. Das verstehe sie ebenso wenig wie die Wettervorhersagen,

«Skifahren ist in der Schweiz zum Luxus geworden.»

die im Winter ständig die Wärme anpreisen würden. «Skifahren hat in der Schule oder in der Freizeit keinen hohen Stellenwert mehr.» Als Kind sei sie jede freie Minute nach Engelberg gefahren, um noch dreimal die Piste runterfahren zu dürfen. «Wie will man jemanden für das Skifahren begeistern, der als Kind nicht das grosse Freiheitsgefühl auf den Brettern erlebt hat?» Es sei auch die Aufgabe von Tourismusdestinationen, in diese Nachhaltigkeit zu investieren, glaubt