

AK: Mit Pioniergeist zum State-of-the-Art Ski

*Text: Ernesto Kellenberger
Fotos: Ernesto Kellenberger*

Er spielt in der Königsklasse. Symbiose von Kreativität und dynamischer Eleganz. Handarbeit. Der AK Ski. Das Kürzel steht für Aldo Kuonen.

Ein unvergleichlich berauschendes Gefühl am frühen Morgen. Über die frisch präparierte Piste getoppt mit einem jungfräulichen Schäumchen carven. Wie reagiert der Ski auf dem leichten Neuschnee oder auf der kompakten Unterlage? Bei jeder Bewegung spürt, fühlt man: Die Laufruhe, die Stabilität, die gedämpften Schläge und Vibrationen. Das Greifen der Kanten. Die Beschleunigung. «Eifach soo e geil's G'fühl» beschreibt es Tochter Francesca treffend mit einem gewinnenden Lächeln. Aldo Kuonen nickt bestätigend. Schnell fällt man ein Urteil. Liegt es am Ski, an der körperlichen Verfassung oder der persönlichen Einstellung. Zahlreiche Erkenntnisse, die in einen Ski einfließen. Hohe Anforderungen an einen Skibauer. Ein starkes Mass an Know-how und «Gspüri» ist gefragt. Attribute die auf Aldo Kuonen zutreffen.

Bild: Der Nachwuchs legt Hand an. Sohn Marco Kuonen im Element.



Bild: Teamwork gross geschrieben. Die Kuonenfamilie mit Marco, Hillary, Aldo und Francesca (v.l.)

Mit dem Engadin verbunden

Massenproduktion ist Aldo Kuonen ein Dorn im Auge. Er wird seiner Philosophie der Exklusivität treu bleiben und strebt keine Erhöhung der Produktion an. Vor Spezialwünschen schreckt man jedoch nicht zurück. Für einen Geschäftsmann aus Kasachstan hat er mal auf Wunsch ein Unikat angefertigt. Ein Modell mit einer 18-Karat Gold-Plakette in kyrillischer Schrift! Ein eigenes, individuelles Exemplar, das es weltweit nur einmal gibt. Entsprechend ging der Preis in die Tausende von Franken.

Aldo Kuonen bezeichnet das Engadin als seine zweite Heimat, hat er doch seinerzeit in St. Moritz das Skilehrerpatent erlangt. Aga Khan zählte u.a. zu seinen Schülern. Wie der Vater so der Sohn. Marco erwarb sein Diplom ebenfalls in St. Moritz. Mit seinen prominenten Gästen wird er auch diesen Winter auf den Corviglia-Hängen bestimmt als erfolgreicher Markenbotschafter wirken. Sein Lieblingsgelände, die anspruchsvolle, coupierte Weltcup-Strecke ruft.

Kleines Unternehmen – eine grosse Familie. Ein Glücksgefühl, ein Teil davon zu sein. Mit einem exklusiven Ski!

Know how, know how...

Wenn einer die Bedürfnisse der Skifahrer à fond kennt, ist es Aldo Kuonen. Ein Rucksack voller Erfahrungen und ein riesiges know how aus dem Skirennsport. Spannung, Torsion, Laufruhe, Schonung der Gelenke haben bei ihm hohe Priorität. Eigenschaften, die der Skifahrer unmittelbar wahrnimmt. Bei Rossignol war er verantwortlich für den Rennservice. Persönliche Kontakte zu Fahrern wie Michael von Grünigen, Michela Figini, Daniel Mahrer u.v.m. Ein enormes Fachwissen sammelte sich an. Bei Atomic war er zudem Verkaufs- und Marketingleiter.

Schwarz, immer wieder kopiert

So fühlte er sich vor 15 Jahren im Alter von 44 Jahren als «Jungunternehmer» berufen, seinen eigenen Ski zu bauen. Reaktion von Kollegen: «Du spinnst ja, solch ein

Wagnis einzugehen». Risiko hin oder her. Der Pionier in ihm war stärker, der richtige Riecher. Er stellte an sich selbst die höchsten Ansprüche. Bester Kern – bester Belag. Das Innenleben des Menschen soll übertragbar sein auf das Innenleben des Skis. Spürbar sein. Und seinem Credo blieb er bis heute treu. Mit Akribie für Details machte er sich dahinter und entwickelte Skis, welche die Fachwelt ins Staunen versetzte. Pionier in vielerlei Hinsicht. Seine Analysen brachten ihn auf die Idee, Belag und Oberfläche mit dem gleichen Material auszustatten. Die Farbe schwarz hat sich geradezu aufgedrängt. Inzwischen hat er verschiedenste Nachahmer gefunden. Bekanntlich werden ja nur herausragende, erfolgreiche Produkte kopiert. Das spezielle, schwarze Design (z.T. auch in Weiss) gibt den Skiern inmitten des vielfarbigen Ski-Dschungels nach wie vor einen zurückhaltenden, edlen touch.

Die Jungen ziehen mit

Wurde Aldo Kuonen beim Design vielleicht sogar von seiner gertenschlanken, bildhübschen Tochter Francesca inspiriert? Dritte der Miss Schweiz Wahlen 2004 und im Jahre 2000 Vize-Junioreneuropameisterin im Rudern. Zusammen mit ihrem Bruder Marco ist der Nachwuchs bereits voll im Familienunternehmen integriert. Sie legen bereits kräftig Hand an. So auch im Zusammenhang mit dem Geschäftsneubau in Stansstad. Von Nachfolgeproblemen befreit, kann sich der Vater bald wieder vermehrt seinen alten Porsches widmen. Dazu gesellt sich auch Aldos Ehefrau Hillary, gebürtige Engländerin. Zuständig für die Administration.«Kleines Geschäft, grosse Familie», stellt Sohn Marco treffend fest. Die sympathische Kuonen-Familie entwickelte sich mit ihren Kunden zu einer veritablen Grossfamilie.

Exklusivität bewahren

Mit nach wie vor grossem Enthusiasmus schildert Aldo in unverfälschtem Walliser Dialekt seine neue Technologie. Ein Material auf Gummibasis (Elastak). Dieses bringt dem Ski vermehrt Stabilität und Laufteife und wirkt gelenkschonend. Der Kern besteht aus verschiedenen vertikal laminierten Schweizer Holzlamellen von hoher Qualität. Ein Rennski für jedermann. Jeder Reiftrittsschritt von Hand. Ein Ski, der nicht mit verwirrenden Abkürzungen und unverständlichen Attributen angepriesen wird.

Obwohl Aldo Kuonen in jungen Jahren

nach der Werbefachschule im PR-Bereich tätig war, macht er jetzt was anderes. Er setzt voll auf die Mund-zu-Mund Propaganda. Die Nähe zum Kunden ist oft ein Schlagwort. Bei AK wird dies in eindrücklicher Art und Weise gelebt. Viele Ex-Skirennfahrer sind von seinen Produkten überzeugt und zählen zu seinen Kunden. Zurzeit produziert er jährlich zwischen 2000 und 2500 Skis (für Piste und Touren). Der Verkauf erfolgt durch Sportgeschäfte im In- und Ausland. Er legt jedoch Wert darauf, dass je Ort nur ein Geschäft exklusiv seine AK anbietet. In St. Moritz ist dies «Boom Sport».



In St. Moritz
exklusiv bei

**BOOM
SPORT**