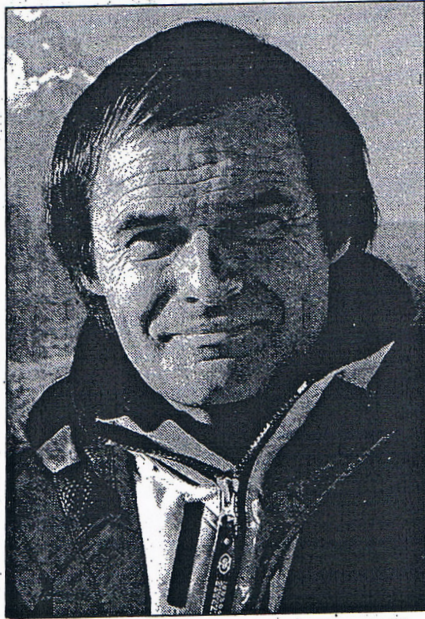




Aldo Kuonen, erfolgreicher Nischenanbieter in einer umkämpften Branche. BILD: PD

AK

Zwei Buchstaben, die auf Skipisten von Kennern gleich richtig gedeutet werden: AK steht für Aldo Kuonen, den Vater dieser kleinen, aber etablierten Qualitätsskimarke. Auf der Piste haben Kuonens Produkte, in denen die langjährige Erfahrung eines früheren Skirennläufers steckt, keinen Vergleich zu scheuen. Einzig im Preis vermag er nicht, mit den x-tausendfränkigen Exklusivitäten mitzuhalten. Das ist aber auch nicht die Ambition des 58-jährigen Selfmade-Mannes. Er ist nicht einer, der mit raffinierten Werbeeffekten den Konsumenten ein X für ein U vormachen will. Bodenständig, wie es einem Waliser (allerdings in Genf geboren) eigen ist, will er mit seiner limitierten Skikollektion Qualität zu einem erschwinglichen Preis anbieten. Das gelingt ihm seit mittlerweile über zehn Jahren – mit Erfolg, wie die Nachfrage nach Ski designed by AK, neu auch aus den USA, belegt.

Kuonen betreibt sein Geschäft mehr oder weniger als Einmannbetrieb, unterstützt durch seine Frau und zunehmend auch durch seine beiden erwachsenen Kinder Marco (zurzeit in der Skilehrer-Ausbildung in St. Moritz) und Francesca (Model und Beinahe-Miss-Schweiz 2004). Den Vertrieb von rund 2000 Paar AK-Ski kann Kuonen gerade noch knapp selbst bewältigen. Wären es mehr, müsste er personell aufstocken. Noch hat er diesen Entscheid nicht getroffen, unter anderem auch deshalb, weil er es schätzt, alle seine Kunden selbst zu kennen und zu beliefern. Diese wiederum begrüßen den direkten Kontakt mit dem innovativen Skientwickler,

der seine lange Erfahrung als Skirennfahrer voll in die Entwicklung seiner Produkte einbringen kann.

Kuonen hat nach Schulen in Genf die Werbefachschule Sawi in Biel besucht. Danach sammelte er in Toni Glanzmanns PRW Public Relations + Werbe AG während einiger Jahre Marketing-Erfahrung, ehe es ihn in die Bergwelt zog. In der renommierten Skischule Suvretta in St. Moritz erwarb er das Skilehrerpärent und unterrichtete prominente Gäste wie Aga Kahn und den Schah von Persien. Ende der Siebzigerjahre wechselte er zu Rossignol in die Skiindustrie. Dort entwickelte er sich zum Entdecker von Talenten wie Vreni Schneider, Michela Figini, Paul Accola und Ernst von Grünigen. Nach einem Abstecher zur französischen Skimarke Lacroix trat Kuonen 1993 in die Dienste von Atomic ein, wo er zuletzt Geschäftsführer dieses Sportartikelanbieters war. Als die Eigenständigkeit der Schweizer Amer-Töchtergesellschaft aufgegeben und der Vertrieb einem Generalvertreter übertragen wurde, orientierte sich Kuonen neu. Seine Erfahrung als Skirennfahrer und Skiverkäufer sowie sein gutes Beziehungsnetz erleichterten ihm den Entscheid, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen und einen Ski nach eigenen Vorstellungen entwickeln zu lassen. 1997 lancierte er den ersten AK-Ski.

Der Trend zum Carving-Ski kam ihm zu pass, waren viele angefressene Skifahrer offen für Neues – auch für eine neue, junge Skimarke. Inzwischen ist AK als Marke etabliert und Aldo bereit, etwas kürzerzutreten und den Nachwuchs in der eigenen

Familie ins Geschäft zu integrieren. Die Pläne, die er für einen Ausbau hegt, werden Aldo aber weiterhin kaum Zeit lassen, seine Oldtimer, zwei Porsche Cabrio Jg. 53 und 58, gemütlich auszufahren. **PS**