

K2 – EIN MANN UND EINE MARKE VERÄNDERN DIE SKIWELT

Der Motor der Rockerski

Kaum eine Entwicklung hat die Branche zuletzt dermaßen revolutioniert wie die aufgebogenen Skispitzen. Heute ist das **Rocker-Konzept** Standard. Höchste Zeit, mal einen **Blick auf die Ursprünge** zu werfen. Und dabei stößt man schnell auf einen Mann und eine Firma, die beide durch ihre **erfrischend andere Denke** unseren **Sport nachhaltig geprägt** haben.

TEXT RALF KÜHLKAMP



SHANE MCCONKEY





Die K2 Cheer Squad.



Victor Lema, Winter Heat
Dennis Lenz, "Five" Compil
Auch Kataloge sind immer „etwas anders“.



Es ist ein bedeutendes Stück Skihistorie: Wenn man das „Internet-Gedächtnis“ Wikipedia bemüht, erfährt man, dass der „Volant Spatula“ im Jahre 2001 der erste Rocker-Ski der Welt war. Entwickelt wurde dieses Pionierstück der modernen Wintersporthistorie in Zusammenarbeit mit dem kanadischen Profi-Skifahrer Shane McConkey. Noch im März 2018 wurde ein „Spatula“ von einem Sammler aus Park City (Utah) bei Ebay zum Preis von 3.500 Dollar ersteigert!

Kleiner Exkurs für alle, denen Shane McConkey nicht sofort ein Begriff ist: Der Mann ist eine Skilegende. Nachdem bereits sein Vater Jim einer der Vorreiter in Sachen Freeriden und Extremskifahren gewesen war, trat Shane auf beeindruckende Art und Weise in die Fußstapfen seines Dads. Er fuhr erst Rennen, ab Mitte der 90er-Jahre sorgte er mit kühnen Freeride-, Basejumping- und Wingsuit-Flying-Projekten für Aufsehen, erreichte Ikonenstatus und war einer der Protagonisten in zahlreichen Skifilmen. Bis heute zählt er zu den herausragenden Figuren des Extremsports.

EIN INNOVATOR DER SKIBRANCHE

Doch allen voran war er ein Innovator, der der Skibranche mehrere revolutionäre Ansätze und Ideen bescherte. McConkey, der bei einem Ski-Basejump-Stunt in den Dolomiten am 20. März 2009 tödlich verunglückte, entwickelte etwa den Reverse Sidecut und den Reverse Chamber in den Skispitzen und -enden, jenes eingangs erwähnte Konzept, das heute kurz Rocker genannt wird – und den Sport grundlegend verändert hat! Denn: Nachdem Ende des vergangenen Jahrtausends mit der Generation der Carvingski eine echte Revolution in der Konstruktion von Alpinmodellen gelungen war, stellt der Rockerski eine neue bahnbrechende Weiterentwicklung dar.

Beim Rockerski ist die Skispitze früher angehoben, dadurch wird die Schwungauslösung dank der kürzeren Kontaktfläche des Skis bei der Kurveneinleitung erleichtert. Die Führung des Sportgeräts bleibt im weiteren Kurvenverlauf präzise, da die gesamte Kante nach dem Aufstellen des Skis zur Verfügung steht. Inspiriert durch den „American Way of Skiing“, bei dem der ganze Berg mit allen Facetten als „Playground“ genutzt wird, setzte vor allem eine Firma auf diese Vorteile, die besonders im Gelände und auf zerfahrenen und weichen Pisten zum Tragen kommen: die US-amerikanische Skimarke K2. Shane McConkey war bis zu seinem Tod eines der Aushängeschilder des progressiven Unternehmens. Denn K2 steht seit jeher für eine etwas andere Philosophie. Obwohl auch die Amerikaner eine Zeit lang erfolgreich im Rennsport aktiv waren, haben sie immer auch das Image einer FunSport-Marke gepflegt.

Das Motto lautet: Die Menschen sollen Spaß haben beim Skifahren! Das positive Gesamterlebnis war neben außergewöhnlichem Design und innovativen Ansätzen wie etwa auch dem Einsatz von Titanal beim Bau von Tourenski immer einer der bestimmenden Aspekte bei

der Entwicklung neuer Kollektionen – wer passte da besser zur Brand als Shane McConkey?!

50 YEARS OF SERIOUS FUN

So behauptet K2 heute, das Skifahren davor bewahrt zu haben, langweilig zu werden! Zum 50-jährigen Jubiläum wurde ein Buch produziert „50 Years of Serious Fun“, das anhand vieler Schnappschüsse zeigt, wie sehr die Firmengeschichte von „echtem Spaß“ am Skifahren geprägt ist. Schnell etablierte sich neben dem Begriff Freeride-Ski nun auch der Allmountain-Ski, der heute nicht mehr vom Markt wegzudenken ist. Wir gehen nach den Erfahrungen unseres SkiMAGAZIN-Supertests so weit, zu behaupten, dass diese Kategorie in Anbetracht der heutigen Schnee-verhältnisse und der Wünsche der Kunden die wohl interessanteste – da vielseitigste – der Skibranche ist!

In der Saison 2008/2009 nahm die Entwicklung der Rocker-Ski mächtig Fahrt auf. Die Marke K2, bei der McConkey als Fahrer unter Vertrag stand und sein Know-how in die Entwicklung der neuen Rocker-Modelle einbrachte, ist maßgeblich am schnellen Erfolg dieses Meilensteins des Skibaus beteiligt. Der vom Extremsportler entwickelte „Pontoon“ hat auch heute noch, fast zehn Jahre nach jenem tragischen Unfall in den Dolomiten, Kultstatus und darf als Hommage an Shane McConkey in keiner neuen Kollektion fehlen. Bereits 2010/2011 stellte die US-Brand, deren Headquarter in Seattle liegt, sämtliche Modelle auf die neue Technologie um. Die „Charger“- und „Konic“-Serien begeisterten die Skifahrer nicht nur in den USA, sondern rund um den Globus mit ihrem unkomplizierten Handling. Die Freeride-Ski „Hell Bent“, „Kung Fugas“ und „CoomBack“ sowie das Tourenmodell „WayBack“ hatten schon zu jener Zeit bei den Spezialisten absoluten Legendenstatus, sodass einige Erfolgsmodelle bis heute auf dem Markt sind.

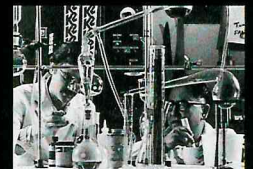
DIE „FRAUENVERSTEHER“

Die speziell auf die Bedürfnisse von Frauen abgestimmte Lady-Skikollektion ist ein weiterer Baustein der Erfolgsgeschichte der Amerikaner. Als erster Hersteller installierte K2 Anfang des Millenniums ein spezielles Damenteam, das für die Produkte und Entwicklungen verantwortlich zeichnet. Bei allen Lady-Rockern von K2 sind nicht nur die Position der Bindung, sondern auch die Taillierung und das Gewicht auf die Bedürfnisse von Frauen abgestimmt. In dieser Saison schicken die „Frauenversther“ eine völlig überarbeitete Damenkollektion ins Rennen, die die weiblichen Testerinnen beim SkiMAGAZIN-Supertest auf ganzer Linie überzeugen konnte.

Doch nicht nur bei der Entwicklung geht K2 andere Wege. Unabhängig vom Umsatz spendet das Unternehmen jährlich mindestens 25.000 Dollar an die Brustkrebs-Forschung – seit 2002 ist so über eine Millionen zusammengekommen! Dokumentiert wird dieser Einsatz durch die rosa Schleife, die im Belag eines jeden K2-Damenskis zu sehen ist.

MARKETING-GAG

oben: Ende der 70er Jahre behauptete K2 in Europa, das wäre die „Zentrale“.



Ski-Entwicklung auf K2-Art.



K2-Gründer und Erfinder der Fiberglas-Ski: Bill Kirschner.



Der legendäre Captain K2.



Typisches Werbeplakat aus den 70ern.

GELEBTE KREATIVITÄT

Das außergewöhnliche Image, das sich K2 über die Jahre erarbeitet hat, zeigt sich nicht nur bei den Produkten, sondern speziell in Form einer sehr authentisch-kreativen Arbeit eines komplett ski-verrückten Teams. Schon beim Betreten der Europa-Zentrale im 50 Kilometer südlich von München gelegenen Penzberg wird man vom K2-Flair erfasst. Die Ausstellungsstücke, die jede sich bietende Fläche zieren, lassen das Herz eines Ski-Freaks höherschlagen. Beim Kontakt mit den Menschen, die hier arbeiten, spürt man sofort die Begeisterung für alles, was mit Schnee, Bergen und Ski zusammenhängt. Man spürt sofort die K2-Personality. An den Wänden hängt unter anderem auch eine streng limitierte Serie von vier verschiedenen Rocker-Ski der Rolling Stones, die mit Einverständnis der Rockgiganten Mick Jagger und Keith Richards zum 50-jährigen Bestehen der Kultband aufgelegt wurde. Wie der Zusammenschluss der langlebigsten und kommerziell erfolgreichsten Band der Rockgeschichte ist das Jahr 1962 auch das Geburtsjahr der US-Brand, die von den Brüdern Bill und Don Kirschner (daher K2) auf Vashon Island in der Nähe von Seattle gegründet wurde. „Let's rock!“

ERFRISCHEND ANDERS!

Legendär waren in den vergangenen Jahren auch die Messe-Auftritte und -Stände von K2. Angefangen bei einem Piratenschiff über eine amerikanische Harley-Davidson-Chopper-Werkstatt, den Auftritt der „Kiss Forever“-Rockband, ein Scout Camp bis hin zur gemütlichen Mountain Lodge – Jahr für Jahr wurden der besondere Spirit und die Kreativität, für die K2 steht, mit viel Herzblut ausgelebt. Die Markenphilosophie wird gelebt: Beim Skifahren geht es um mehr als Medaillen und Awards, es geht darum, nach einem Tag im Schnee mit einem breiten Grinsen heimzukommen! Darauf legt es auch die neue „Mindbender“-Serie an. Hier haben die K2-Folks den Ski gebaut, den sie selbst am liebsten fahren wollten. Der Ansatz ist wie immer ein bisschen crazy – das Resultat aber McConkey-Style!

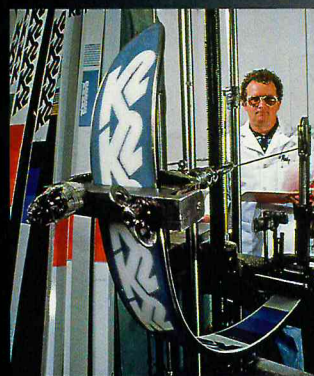
Und damit schließt sich der Kreis. Die Message sollte angekommen sein. Es ist egal, wie man Ski fährt. Egal, womit man unterwegs ist. Egal, auf welche Weise man den Schnee genießt – ob beim Carven auf der Piste, beim Powdern im Tiefschnee, beim Freestylen im Funpark oder bei den wackligen ersten Schritten im Einsteiger-Areal eines Skigebiets: Es zählt nur der Spaß. Der Spaß an der Aktivität in der weißen Bergwelt.

Dafür muss jeder das machen können, was er machen kann, was er machen will. Ohne Einschränkungen seitens des Materials. Darum ging es seit jeher Jim McConkey und dessen legendärem Sohn Shane. Ihre Namen und innovativen Ideen werden immer mit dem Skisport in Verbindung gebracht werden. Und Shanes Geist wird immer allgegenwärtig sein. Dank der Rocker-Ski. Und auch dank K2 – einer Marke, die erfrischend anders daherkommt und McConkeys Spirit of Skiing wie kaum eine andere verkörpert und lebt! ❏



STYLISCHE LOCATION

Weltweit gibt es einige coole K2-Ski-Bars wie diese in Åre (Schweden).



HIGH-END-PRODUKTE

Alle Ski werden im eigenen Labor in Seattle intensiv geprüft.



COOLER BOSS

Europa-Chef Peter Kuba mimt den Cowboy.



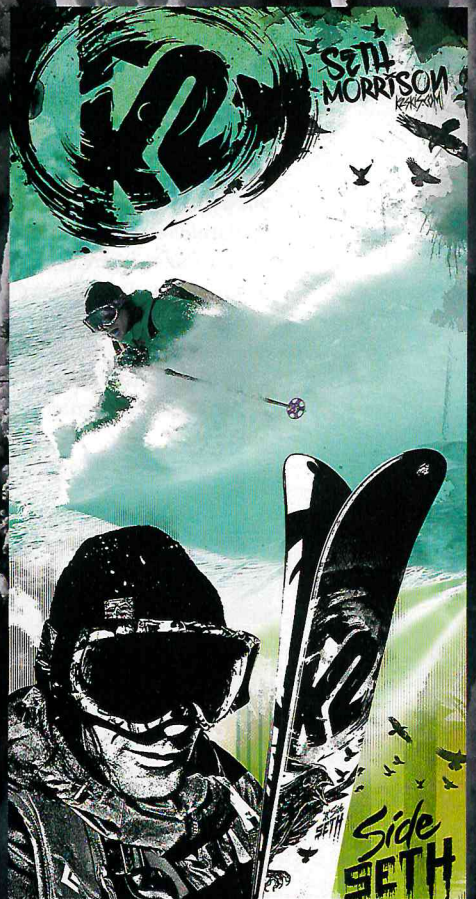
FUN SKIING

Freeride-Pro Roman Rohrmoser in Action.



STYLE UND TRICKS

Für K2 war Skifahren stets mehr als Pistenspaß. Style, Tricks und Sprünge geben den legendären „serious fun“!



AUSSERGEWÖHNLICHE FACTORY RIDER

Freeride-Legende Seth Morrison war mit seinem progressiven Stil über 20 Jahre lang das Gesicht vieler Kampagnen.