

# G-SPORT

NUMMER 1/05

magasinet

**Kari Traa:**  
Nøgen kvinne  
lærer at spinne

**Suksess**  
-Super G Laguneparken

**Distriktssjefene**  
-hva gjør de egentlig?

Nyheter I skuddet 5 ute 5 på messe

**DBS**  
-endelig tilbake



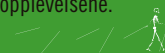
Nordic Walking minsker belastningen og øker forbrenningen.

**BODY+**

The best of both worlds

**KOMBINASJONEN av BEVEGELSE & OPPLEVELSE**

Nordic Walking heter det når du ved hjelp av spesialstaver oppnår en bevegelse som favner svært mange av kroppens muskelgrupper. Uten å skape slitasje. Det er sosialt, sunt og ikke minst den raskeste veien til de gode naturopplevelsene.



**MIND**

En treningsform som gir rom for opplevelser og sosial hygge.



G-SPORT er den kjeden som bedre enn noen hjelper **Den Norske Familie** til å velge riktig utstyr for sport og fritid.

## Hei alle blide G-Sportere!

**Nå er det vår, sommer og sykler som gjelder.**

I skrivende stund er vi i slutten av april, og trykket på sykler er på topp. Nå skal vi jobbe energisk videre med denne varegruppa da den står for en stor del av omsetningen vår i disse månedene, men også fordi sykkel er en viktig del av sportsfaghandelen. Og hele varegruppa er viktig. Kanskje særlig sykkeldelene. Deler er det området der dere kan øke mersalg og bruttofortjeneste mest innen for gruppa, og når jeg reiser rundt i butikkene, er dette ofte det området man bruker minst tid på til vedlikehold, supplering og vareeksponering. Ta tak i dette nå. Det er aldri for sent, og har dere orden i disse sakene, blir det handel.

Ellers er det moro å registrere suksessen vi har hatt med Bula og Combo denne våren. De butikkene som har tatt jobben med å eksponere disse varene skikkelig, rapporterer om raskt utsolgt, og det tegner godt for videre arbeid med prosjektet.

Dette er et område vi i fremtiden kan utvikle handelen vår videre på, og som gir oss større fornyelse av butikkenes sortiment, og derigjennom mer spennende butikker. I tillegg er det god inntjening, og det gjør jo ingen ting?

Til slutt vil jeg berømme alle G-Sportere. Det har vært en stri vinter mange steder i landet, og det påvirker oss alle i større eller mindre grad. Etter to flotte messer, og en god del butikkbesøk, er jeg imponert over optimismen og de positive holdningene jeg registrerer hos dere. Fortsetter vi med dette, er jeg sikker på at vi fortsatt vil fremstå som det vi er, nemlig bransjens vinnere.

**Sport er Alt!**

Ola

### G-SPORT magasinet

**Redaktør** | Kjetil Hans Løken  
Tlf +47 48 14 07 42,  
hans.loken@gresvig.no

**Administrasjon** | Innspurten 9,  
Helsfyr. Postboks 384, Sentrum,  
N-0102 Oslo.  
Tlf +47 23 35 85 00  
Fax +47 23 35 85 01

**Produksjon** | Outdoor Action AS og  
Backout (90 79 17 28)

**Art director** | Hans Petter Jøranli

**Medarbeidere** | Rolf Backsæther,  
Kari Gullikstad, Per Skotvedt,  
Gunstein Hansen, Kristian Sæther

### Innhold:

- 4 5 på messe
- 6 nyheter
- 8 intervjuet: Kari Traa
- 12 distriktsjefer
- 14 nordic walking - YES it's a sport!
- 15 friluftslivets år
- 16 5 utenfor
- 17 hva vil vi med Super G
- 18 suksessbutikk: G-SPORT Bergen
- 20 merkevare: DBS
- 22 i skuddet
- 23 test: Norheim-jakke



**Pål Erik Amrud - Rustadstuen Sport, Lillehammer**

1. Har jobbet der sia jeg var 14 – (utplassering). Gått den gode gamle skolen. Vi har det fryktelig moro både i butikk, i kjeden og på messer. Drive kjøp og salg, gjøre en god handel, sette langsiktige mål å nå disse, alt dette er gøy.
2. Prøver å være bra på alt, men er veldig bra på fisk og sykkel og etter hvert store på klubb. Vi er vel en typisk hardvarebutikk, også på vinteren. Interesseområde til de ansatte er avgjørende, vi er for eksempel ivrige fiskere sjøl. Vi har hele tiden som målsetting å bli bedre på det vi er gode på. Blant 7-8 konkurrerende sportsbutikker må man være god/best på noen områder for å lykkes.
3. Jeg syntes det er morsom å bli igjennom, savner kanskje noen vitser. Kikker på hvordan andre gjør ting, som for eksempel vareplassering og lærer litt på denne måten.
4. Head Mojo skia (signaturskia til Olsson) er fin, den satser vi på.

## 5 på G-Sport-messe:

Hva er det beste med å jobbe i G-SPORT?  
Hva er din butikk spesielt gode på og hvorfor?  
Hva syntes du om G-SPORT magasinet ?  
Mest spennende nytt på messen?

### Bjørn Linstad - Gran Sport AS, Hadeland - grått hår

1. At det er varierte arbeidsoppgaver innenfor mitt interesseområde; sport og friluftsliv. Samt at det er den mest lønnsomme kjeden!
2. Vi er bra på hardvarer; ski, sykkel, friluftsliv og våpen, men har jo stort sett "alt". Spesialfeltene til de ulike ansatte gjenspeiler hvor vi er best.
3. Det er jo nyttig info til de vanlige ansatte - en del ting de ikke får ellers.
4. Bra at men har videreført en del farger fra i fjor (dårlig vinter!). Negativt er for mange kampanjevarer med for dårlige kalkyle som gjentas i flere Dm'er.

### Oddrun Tingstad - G-SPORT Magneten, Verdalen

1. Det er spennende og variert. Hyggeig å treffer mye folk. Har alltid vært G-Sport'er.
2. Vi selger mye klær, sko og sykkel og om vinteren ski for turgåere. Ligger i et kjøpesenter og har sjø og fjell som nærmeste nabo og har derfor en variert kundegruppe.
3. Det er spennende å se og lære om hva som skjer rundt omkring.
4. Hardvarene har blitt mer fargerike - følger opp klærne mer...

### Ragnar Ålsen - G-SPORT Søgne

1. Jeg syns sportsbransjen er trivelig og utfordrende å være i. Var tidligere frittstående, men G-sport har utviklet seg bedre å bli bedre.
2. Er en fullsortimentsbutikk - prøver å være gode på å dekke behovet kundegruppen i Søgne har behov for.
3. Positivt tiltak. Det er gøy når det blir tatt opp aktuelle saker som er for både eier og ansatte og å få følelsen av samhold i kjeden og se helheten. Alt som er med å involvere de ansatte slik at de får tilhørighet er positive og gode tiltak.
4. Mer gøy i år - Alpin er bra, har løftet seg ... Gøyere fargekombinasjoner.

### Arild Abrahamsen - G-SPORT Flekkefjord

1. Er sportsinteressert og når en kan kombinere jobb og hobby kan en ikke få det bedre. Tok over en G-sport forretning for 16 år siden og er glad for å være i G-sport, ingen andre kjeder kunne vært bedre.
2. Dette er en liten by hvor vi må være litt involvert i det meste av sortimentet, men er spesielt bra på sykkel og klubb - pga. egen sykkelavd./butikk og klubb fordi fotball ligger hjertet nærmest.
3. Det er veldig greit, da får jo også de ansatte informasjon om hva som skjer i kjeden.
4. Vinter er minst viktig for oss, men merker meg at alpint er i endring mot for eksempel twintip.



## Nye Super G Ryen

Med åpning 3.mars var det en gjeng kalde kunder som fikk oppleve den nye butikken klokken syv om morgenen.

De ivrigste hadde allerede lagt seg i kø klokken ett på formiddagen onsdagen, 18 timer før åpningen. Med opptil minus 17 grader så var det ikke bare å holde ut hele natten for å få tak i de beste åpningstilbudene. Heldigvis, fikk de 40 - 50 som tok natten ute på Ryen god hjelp av samaritanene fra Super G; de hjalp til med varmelamper og rykende varm pizza i løpet av nattens lange og kalde timer.

De 600 menneskene som stod i køen tidlig torsdag morgen, fant kundene en butikk som var fylt opp med vår- og sommervarer, fordelt på ca 1.800 kvadratmeter.

Konsernsjef Rolf Gullestad, lederen i Gresvig Detalj Dag A. Johansen og sjefen for G-Sport Ola Bye var blant mange som, sammen med butikksjef Arnt Sandvik Nilsen, ass butikksjef Tor Ivar Pettersen, dyktige heltids medarbeidere samt en ivrig deltidsstab, sto på så det holdt. Her var det skikkelig "dugnadsånd" som gjorde seg gjeldende.

Omsetning de to første timene (0700-0900) var på ca. 500.0000 kroner og totalen første åpningsdag endte på over 1.6 millioner. 250 sykler og 1.000 par sko var noe av det de drøyt 2.000 fornøyde betalende kundene hadde med seg hjem.



## nytt fra messe



Atter har en vellykket og bra utført messe gått av stabelen og hva var så spesielt med årets hardvaremesse? Kanskje besøket av en av våre egne som også er på vei til å bli Idol stjerne, eller kajakk kurset? Det er bare å la seg imponere over arbeidsinnsatsen til alle som har fått messen til å bli så bra som den ble. En stor takk til alle som har stått på for at messen skulle bli best mulig.



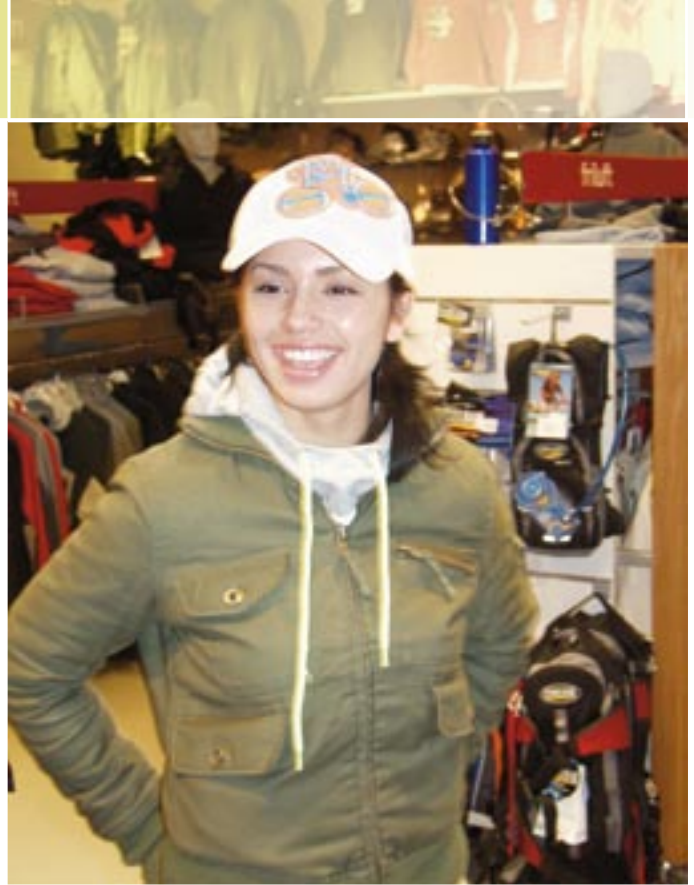
## Vi gratulerer G-Sport Mortensrud med tittelen Årets butikk på Senter Syd.

I februar fikk butikksjef Lars Godaker og de ansatte den hyggelige nyheten. De fikk tittelen Årets butikk av Senter Syd grunnet alt fra internt til eksterne forhold. De fikk berøm for å ha vært pådrivere for i få til aktiviteter i senteret, for å være presise og overholder frister, å ha en butikk som til enhver tid ser bra ut og å ha dyktige medarbeidere slik en faghandel bør ha.

Senterlederen har også fått personlige brev fra kunder som forteller om hvor fornøyd de er med den gode servicen og hjelpen de har fått i G-SPORT Mortensrud.



# Sporty IDOL-finalist fra Vennesla



En ting er sikkert, Jorunn gir helt klart "Sport er alt" begrepet en utvidet mening. Maken til sporty, uhøytidelig, uredde og tøff G-sport jente finnes det ikke maken til. Å så kan hun synges også!

Siden den første auditionen i Kristiansand har det kun vært en vei for denne jenta – rett til topps!

G-SPORT magasinets utsendte medarbeider tok en prat med Jorunn på Hardvare messa...

Jorunn har alltid løpt rundt i butikken. Hun har fullført Salg- og servicelinja og har fagbrev i butikk, og er således heldigere enn de andre idol deltagerne som har studier som venter...

Jorunn var innom butikken på Vennesla to dager i påsken. Hvordan gikk det?

- Det var ikke til å være der, det var helt sjukt. Helt kaos. Det hadde stått i VG at jeg kom – Alle skulle bare ha autograf og se på meg og ta bilde. Jeg prøvde å selge noe, men det gikk jo ikke...

Men selv om ikke Jorunn har fått jobbet så mye bak disken i G-Sporten så har salget gått opp, og ikke ned, pga. Jorunn-effekten.

- Jeg er jo bare den samme knotten fra G-SPORT som jeg alltid har vært, nå skal plutselig alle ha tak i meg.

Du sier at du ønsker å eie og drive G-Sport'en knallbra, hvordan er dette mulig med Idolseier i sikte?

- Det blir en utfordring. Men de andre er såpass dyktige, så det skal mye til for å klare å vinne. Det kommer an på om jeg får noen gode tilbud innen musikkbransjen, så det blir litt sånn dag for dag - å se mulighetene an.

Jorunn forteller at hun er best på å selge joggesko og tøy. Hun er sikker på snowboardsalg, og mer og mer trygg på langrenn. Men hva er hennes morsomste salg, lurer jeg på.

- Morsomste salget? Det var en kar som kom ned, han så egentlig ganske sånn – typisk ein som bare skal kikke. Hva kan jeg finne for deg? spurte jeg. "Ska ha ein genser og noe tøy". Greit tenkte jeg, han ska sikkert ha ei joggebukse, 199 kampanjevare fra Nike. – Så spurte jeg frem å tilbake og endte opp med et salg på 9500,- i bare tekstiler! - Det er det gøyaste! Torde nesten ikke seie kor møe det blei.

Alle i G-Sport håper at hun klarer både å være G-Sport'er og idolstjerne på en gang, og ønsker Jorunn lykke til videre!

## Hva vet vi om Jorunn:

**Alder:** 21

**Født:** Colombia, 1984

**Bosted:** Vennesla

**Jobb:** Jobber fulltid på G-Sport Vennesla

**Sivil status:** Singel

**Favorittartist:** Bl. a. Alicia Keys, Lenny Kravitz og N.E.R.D.

**Favoritt-rett:** Kyllingfilet og ris

**Favoritt-drikk:** Sjokolademelk

**Favoritt-plagg:** Norrøna-buksa mi

**Høydepunkt hittil:** I Idol - å komme så langt som jeg har gjort!

## Mine største drømmer:

1. Å lykkes innen musikken
2. Å eie og drive G-Sport knallbra
3. Å reise verden rundt





**Kari Traa**

## Nøgen kvinne lærer at spinne...

Sjelden har Norge sett maken til jente. Kari har vært noe for seg selv, uansett om det har vært snakk om idrettskarrieren, medieoppmerksomheten eller de siste års lansering av eget varemerke innen sportsbekledning.

**Av Rolf Backsæther**

Idrettslig sett kan Kari se tilbake på 10 sterke år innen sin idrett, freestyle. Med VM-sølv i parallell kulekjøring som siste bragd. Medietoppen nådde hun kanskje med bildene i Ultrasport hvor hun satte ny standard for hvordan idrettsprofiler skulle billedliggjøres. Og nå har hun jammen gjort suksess som "sykjerring" fra Voss også, med de siste års satsing innen det å kle på, i stedet for å kle av. G-Sport magasinet har vært så heldige å få noen ord med denne travle jenta som, med sine 200 reisedøgn i året, farter verden rundt - like fort som det hun kjører ned kuleløypa.

Vi hadde lest på nettsiden hennes at hun er veldig kreativ, og både maler, syr, hekler og snekrer. Og at hun blir kalt Momsy Prop. Dette med snekring og et klengenavn som ingen forstår hva betyr, ville vi gjerne komme litt til bunns i.

**Vi ser at du har veldig kreative hobbyer - for eksempel snekring. Hva er det råeste du har snekret?**

Snikring? Jo, eg har då snikra litt. Likar å setta i stand gamle møblar og slikt, skjært ut nokon bilderammer, men ingen ting spesielt...

**Momsy Prop - hvorfor dette klengenavnet?**

Momsy Prop er eit navn eg "dikta" opp då eg var liten. Eg var veldig Elvis-fan ein periode og då var det noko ved songteksten som høyrdes ut som Momsy Prop. Det klang fint i mine øyrer!

Men la oss komme til saken. Grunnen til at Kari har blitt så kjent, og grunnen til at hun kunne lage en merkevare av navnet sitt, skyldes jo freestylekarrieren.

**Hvordan startet det hele - hvorfor begynte du med freestyle?**

Eg byrgja stå på ski då eg var 2 år. Som 11 åring oppdaga eg Freestyle sporten.

Eg var nok litt beskjeden av meg på den tida, for det tok tre år før eg våga å oppsøka Freestyle miljøet på Voss. Gleda med å vera i aktivitet ute i naturen er hovudgrunnen til at eg står på ski. Om ein mister gleda ved det ein held på med, vert det vanskelig å prestera.

**Er dette siste sesong? I tilfelle - hva nå?**

Sesongen 2005/2006 vert min siste sesong som aktiv kulekøyrar. Eg føler at tida er inne og at det er rett å gi seg etter 10 år i verdscup sirkuset og

etter eit OL år. No går dagane med til grunn trening for neste sesong. I tida framover vert det mykje vasshopp, mykje koordinasjon/turn og ein del ski.

## **Du reiser veldig mye rundt i konkurranser - hva er ditt favorittsted?**

Eg har mellom 150 til 200 reisedøyer i året. Jetlag merker eg ikkje so mykje til når eg er fokusert på ein konkurranse (har ikkje tid), men når eg reiser heimatt og har fri, kjem den sjølv sagt. Alt har nok med innstillinga å gjera. Min favorittplass på vinterstid er Whistler i Canada. Har veldig mange gode minner derifrå. Alt frå WC-konkurransane til off pisten på baksida av fjellet. Ellers har eg dei beste ferieminna mine frå fjellgarden vår (Arhedlaren) heima på Voss!

## **Du har jo holdt deg på topp så lenge - hva er hemmeligheten?**

Å vera aktiv idrettsutøvar over mange år, kan vera ein belastning på kroppen og til tider på det mentale. Det viktigaste er å gjera treningskvardagen morosam. Vera kreativ og våga å gjera noko nytt som fører til at du lærer noko nytt.

All toppidrett er til tider hardt for kroppen. Eg har kuttet ut å springa, men sykklar mykje. Det gjer eg for å ta vare på knærna mine (sykkeltrening er god smørning for knærna). Det er også viktig at treninga er morosam! No trener eg meir trampoline og turn, i det hele tatt koordinasjon. Det er kjekk trening. Og så er det Claude (franskmann) som er barmarkstrenaren min - han prøver å læra meg mykje nytt... Det er noko som passer for meg, men det kan være noko anna som passer for andre. Finn treningsmetodar kor du kjenner at du har brukt kroppen og finn trenings partnarar du trivst med - det er viktig å ha det moro!

Eg er veldig glad i mat og et veldig mykje. Brukar eg mykje energi, et eg sjølv sagt meir. IKKJE NOKO HOKUS POKUS!





Eg ser ikkje på mine konkurrentar, men eg studerer dei mannlige kulekøyrarane. He he... Eg vil køyra mest mogelig som ein mann. Aggressivt og tøft!

#### **Vi har hørt at du har opprettet et Idrettsstipend?**

Ja, Kari Traa AS har starta opp med eit idrettsstipend til unge lovande utøvarar uansett idrett. Dette stipendet skal hjelpa unge utøvarar til å satsa vidare på sin idrett. Me fekk veldig mange søkjarar og det var ein vanskelig jobb å plukka ut stipend vinnarane. I år hadde me ein pott på kr 100.000. Målet er at potten skal stiga til neste år.

#### **Og nå altså med eget klesmerke - hvordan fikk du den idéen?**

Ideen kom etter OL i Salt Lake City 2002. Eg tenkte litt på framtida mi, og prata med skikameratane mine Hans Engelsen Eide og Øyvind Lauritzen om ein liten hue idé sommaren 2002. Huene vart designa og selde her heima i Norge vinteren 2003. Det vart ein stor suksess og me utvikla kolleksjonen vidare til meir klær. Ballen rullar og vert større og større.

#### **Hva nå da - hva skjer videre med kolleksjonen?**

Me har utvikla oss ganske fort på tre år, det er eit stort marked for kari traa der ute. Det siste er barnekolleksjon. Den vart laga p.g.a stor etterspurnad. Den fyrste kari traa-kolleksjonen for barn kjem ut i mai. Ellers har vi planer om å utvide meir; teknisk skibekledning ligger i framtida. Og vi er i gang med internasjonalisering: No til vinteren er målet å selja i Finland, Danmark, Sverige og Island. Etter det skal me prøva å trekka oss vidare nedover i Europa.

#### **Er du med og utvikler kolleksjonen?**

Per i dag testar og synsar eg. Me kvalitetskontrollerar og retter opp plagg som eg tykkar kan bli betre. Ønskjar i framtida å involvere meg meir på design og utviklingssida. Eg er kreativ som person

og ønskjar å bidra meir... Jobben min med kari traa no, er i hovudsak å testa plagg.

#### **Du skiller deg ut - blander mote og sport og trekker inn humor - noen tanker rundt det?**

Det vart vel berre slik frå grunnen av i forhold til korleis designaren kjente meg - me har designarar som designar utifrå korleis eg er som person og kva eg sjølv tykkjer om - samt at det er eit marked for jenteklede som skiller seg ut ...

#### **Nå er det full satsing fra G-sport på Kari Traa. Hva synes du om det?**

Tykkjer det er hyggelig med den positive responsen eg har fått hos G-SPORT - håpar på eit bra samarbeide framover - morsamt å gjera noko saman med Noregs største sportskjede...

#### **Hva nå ... ?**

Idrettslig har eg mange år no tatt eit år om gongen, men no VIL eg gjera litt andre ting i livet. No har eg bestemt meg. Eg tar med meg sesongen neste år og Olympiaden - so er det slutt. Forventninga til resultat er å gjera det betre enn denna, som er min dårligaste sesong på mange år - mengdetreninga mangla pga kneporasjon og sjukdom. Eg vil jo gjerne gi full gass mot OL og prøva å gi meg med ein god sesong i bakken!

Når det gjeld business, ska me utanlands. Me ska byrgja her i Europa, prøva oss fram og finna dei rette vegane å gå.

Noen dager etter at vi har snakket sammen ringer Kari Traa meg. Hun har tenkt på det med snikring.

- No huskar eg det tøffaste eg har snikra. Eg snikra ein hangglider då eg var 10 år. Eg sprang utfor ein bakke og fekk eit løft, men det blei med det...



## Ka sku vi gjort uten DS'an - lagt ned kjeden?

Noe overdrevet kanskje, men det er ingen tvil om at distriktssjefene er en særdeles viktig del av G-Sport. Det er klart at landets største sportskjede trenger alle leddene for å fungere bra, men uten distriktssjefenes kontakt mellom forhandlernettet og G-Sport administrasjonen så hadde det vært vanskelig å drive en effektiv kjede. Sett i lys av DS'enes endrede rolle de senere år, og hvor viktige støttespillere de har utviklet seg til å bli for butikkene, er det ingen tvil om hvor viktig det er å ha gode DS'er. Her presenterer vi de beste i Norge!

### **Rolf A Sæther (55) Distriktssjef for Sør og Nord Trøndelag, Nordland og Troms**

Rolf har jobbet i Gresvig siden 01.08.1988. Hele tiden som Distriktssjef i G-Sport i perioder Hamar -Møre og helt opp. Har tidligere jobbet som salgskonsulent i Middelfart & Co og Wella Norge.

Har alltid vært opptatt og engasjert i sport og friluftsliv - for meg så er det tilfældighet at jeg havnet i sport, men er generelt sportsinteressert i det meste. Fotball er morsomt å følge med på å se på, men turer i skog og i fjellet (Trollheimen - flottest i Norge) er det mest sportlige for meg.

**Morsomste ved å være DS:** De fantastiske menneskene som jobber i butikkene og de stadig nye og skiftende utfordringene.

**Beste personlige sportsopplevelse:** Ikke mye å skryte av, men var god på skøyter en gang i tiden. Har vært kretsleder en gang.

**Tidens sportsbegivenhet:** Da Rosenborg slo Milan i Campions League.

**Hvilke sportslige utfordringer står på ønskelisten:** Har ikke så store ambisjoner i så måte, men en skikkelig fjelltur står høyt oppe.

Du får tak i Rolf på: Tlf. 90 58 63 01 eller [rolf.saether@gresvig.no](mailto:rolf.saether@gresvig.no)



### **Bjørn Valderhaug (41år) Distriktssjef Region 2 + Gudbrandsdalen**

Bjørn har jobbet i Gresvig siden sept 2003 som DS med ansvar for Sogn & Fjordane, Møre & Romsdal og Gudbrandsdalen. Bjørn Valderhaug har tidligere jobbet i som Salgskonsulent og i Statoil som DS / Regionsjef.

Har alltid vært opptatt og engasjert i sport og spilt badminton og fotball, men er nok best på å bli underholdt. Liker best varierte opplevelser med fotballkamper, går turer og spinner...

**Morsomste ved å være DS:** Følge opp butikkene jobbe med driftsoppfølging, jobbe med butikken og kunde vei, budsjett, snittkjøp pr kunde. Markedsføring, salgskurs sammen med de ansatte.

**Beste personlige sportsopplevelse:** Å gå "Via Ferata" (Jern veien) i Frankrike

**Tidens sportsbegivenhet:** Når Afk slo Molde på Røkke løkka i "Eliteserien" he,he eller da Norge slo Brasil i VM

**Hvilke sportslige utfordringer står på ønskelisten:** Skal gå på flere fjellturer i 2005

Du får tak i Bjørn på: Tlf. 91 12 56 34 eller [bjorn.valderhaug@gresvig.no](mailto:bjorn.valderhaug@gresvig.no)



## Lisa Bottolfs (31 år)

Distriktsjef Hedmark, Oppland, Rogaland og deler av Buskerud

Lisa har jobbet i Gresvig oktober 2002. Først i Detalj og som DS i G-Sport fra mai 2004 etter 1 års svangerskaps permisjon. Lisa har tidligere jobbet i sin egen G-Sport butikk i Vikersund og som butikksjef på Match Paleët.

### Morsomste ved å være

**DS:** Det gode samholdet blant kollegaene, treffe alle ute i butikkene, skicamper, messer etc. Det er også veldig gøy å se hvordan kjeden og butikkene utvikler og endrer seg kontinuerlig i positiv retning.

### Beste personlige

**sportsopplevelse:** Har spilt håndball i mange mange år, drevet med friidrett og mye annet, og har mange gode minner fra dette.

**Tidens sportsbegivenhet:** På tv må det bli Norge - Brasil

**Hvilke sportslige utfordringer står på ønskelisten:** Følge opp sønnen min Casper når han blir stor nok til å bli med på sportslige aktiviteter.



Du får tak i Lisa på: Tlf. 99 55 14 20 eller [lisa.bottolfs@gresvig.no](mailto:lisa.bottolfs@gresvig.no)

## Kjell-J. Angeltveit (38)

Regionsjef

Kjell har jobbet i Gresvig siden april 1995 (10 års jubileum på aprilmessen) først som DS med ansvar for region 5, 6 og 7, men fra mai 2003 som Regionsjef med ansvar for DS-apparatet, pluss et eget distrikt (region 6 og 9). Kjell-J. Angeltveit har tidligere jobbet som, salgsrepresentant hos Asics (4 år) og som butikksjef (6 år) i en Intersport butikk. Har alltid vært opptatt og engasjert i sport og da spesielt fotball, ellers så liker jeg å se på vintersport.



### Morsomste ved å

**være DS:** Å treffe og jobbe med så mange hyggelige mennesker både i butikkene og hos Gresvig, og det å lykkes med å snu en butikk fra minus til pluss!

**Beste personlige sportsopplevelse:** Å være med på opprykket med den lokale fotballklubben fra 3. til 2. divisjon, **Tidens sportsbegivenhet:** Cupfinalen 2004 da Brann banket Lyn 4-1!

**Hvilke sportslige utfordringer står på ønskelisten:** Hoppe i fallskjerm!

Du får tak i Kjell-J. Angeltveit på: Tlf. 90 85 88 99 eller på e-post: [kjell.angeltveit@gresvig.no](mailto:kjell.angeltveit@gresvig.no)

## Atle Olsen (40 år)

Distriktsjef Østfold-Akershus, Oslo (ikke detalj) og deler av Hedmark.

Atle har jobbet i Gresvig siden 1 april 1997. Først som DS, så to år som konseptansvarlig i G-Sport (2000-2002), har siden 2002 vært ds i nevnte distrikt. Tidligere 6 år som salgskonsulent for Asics Norge og før det bakgrunn fra sportsbutikk i Oslo. Veldig glad i å stå på ski om vinteren og seile seilbrett i sommerhalvåret. Glad i turer på fjellet, skog og mark og bor nært ved sjøen i Drøbak. Tar gjerne en sykkel tur på min Diamant Extreme Stinx og en løpetur et par ganger i uka hvis tiden strekker til.



### Morsomste ved å være

**DS:** Det å sette i gang tiltak ute i butikk å se en endring som gir positive resultater samt at det er hyggelig å alltid bli så godt mottatt ute i butikk.

**Beste personlige sportsopplevelse:** Olympiske leker på Lillehammer i 1994. Var der i 10 dager totalt!

**Tidens sportsbegivenhet:** Det er mange. Ingen nevnt- ingen glemt. Får alltid tårer i øya når norske utøvere er på pallen i store mesterskap!

**Hvilke sportslige utfordringer står på ønskelisten:** Ta salto på seilbrett!

Du får tak i Atle på: Tlf. 90 83 05 90 eller [atle.olsen@gresvig.no](mailto:atle.olsen@gresvig.no)

## Truls A. Veslum (30)

Distriktsjef for Sør-Norge i G-SPORT

Truls har jobbet i Gresvig siden 1999. Først som butikksjef i Stortingsgaten og i Gresvig Sportsmagasin og deretter som regionsjef i G Detalj før han ble DS i 2004. Før dette gikk han på BI Sandvika der han utdannet seg til siv øk. Har alltid vært opptatt og engasjert i sport og friluftsliv med medaljer fra NM og VM i orientering samt vært på ca 180 fjelltopper over 2000 moh i Norge



### Morsomste ved å

**være DS:** Menneskene, kontrastene og mulighetene

**Beste personlige sportsopplevelse:**

Seier TIO-mila som første nordmann samt det første NM gullet i orientering

**Tidens sportsbegivenhet:** TRE dobbelt norsk på 5 mila i VM i Oberstdorf

**Hvilke sportslige utfordringer står på ønskelisten:** Lære å jippe på seilbrett.

Du får tak i Truls på: Tlf 97 50 92 11 eller [truls.veslum@gresvig.no](mailto:truls.veslum@gresvig.no)

# Nordic Walking

## Fortsatt stort potensial!



I Norge har salget av Nordic Walking-staver holdt seg noenlunde stabilt høyt de 2-3 siste årene. De godt voksne startet å gå med teleskopstaver for støtte og trening, og da Nordic Walking kom, var det samme målgruppe som ble fascinert også av disse. De yngre som en stor gruppe lar vente på seg – og det til tross for at det er motsatt trend i Europa. Det er i denne målgruppen potensialet ligger – sats på de yngre!

Av Kari Gullikstad

**Stort potensial blant de yngre.** Stian Ellingsen, avd. leder for friluft på G-sport, Strømmen storsenter, har satset på å selge Nordic Walking-staver fra Swix. Stavene har han eksponert sammen med joggeskoene. Han er enig i at det er et stort potensial ved å få de yngre med på Nordic Walking-trenden. – Nordic Walking er perfekt for yngre mennesker, men det virker som vi har en jobb å gjøre i forhold til å overbevise de yngre om at dette. Når man bruker Nordic Walking-staver styrker man ryggen, nakken og armene, man får bedre respirasjon og man får bedre holdning. Og det beste av alt; man slipper å gå inn i en sal og betale månedsavgift – man trenger bare et par gode staver og et par gode, dempede sko. Da får man være ute i naturen – helt gratis!

**Positivt med kurs i butikkene.** Stian forteller at de hadde kurs i Nordic Walking i høst, i forbindelse med jubileum for senteret. Kurset var en del av flere happenings som varte over flere dager. Swix stilte med fysioterapeut og betalte for annonsen. De valgte å ha et uformelt kurs som ble personlig info til de som var interessert og det fungerte veldig bra. – Det var ikke noe kjøpepress, men vi hadde staver og sko rett i nærheten og det ble solgt ganske mye i forbindelse med aktiviteten... forteller Stian. – Det var noen morsomme og lærerike dager både for kundene og oss, fortsetter han – Vi kommer til å ha en slik aktivitet igjen på våren. Tilslutt anbefaler han alle som skal selge staver å spørre Swix om alt de lurer på, i tillegg til å prøve selv å bruke Nordic walking staver. – Det er mye lettere å selge noen man har et forhold till avslutter han.

### Swix tilbyr kurs

Salgssjef i Swix, Torbjørn Stalsberg, forteller at Nordic Walking er en trend som er på full fart oppover på kontinentet. – Vi er store i Tyskland; I 2004 har vi solgt nærmere 2 millioner Nordic Walking staver! Der er det utdannet ca 15000 instruktører som har dette som et levebrød. Det er yngre mennesker som er målgruppen, gjerne de som ikke går på ski, forteller han.

Han forteller også at de har utdannet ca. 100 instruktører og at de tilbyr butikkene å holde



dags/kveldskurs for kundene sine. – Vi betaler annonsen, og stiller med demostaver og instruktør, tilbyr Torbjørn. – Vi har laget avtaler med mange G-sport butikker for våren. G-sport butikker som ikke har laget avtale må bare ta kontakt med oss! Oppfordrer han.



# G-SPORT er hovedsamarbeidspartner til Friluftslivets År i 2005

G-SPORT er, sammen med Statskog, offisiell samarbeidspartner med Friluftslivets Fellesorganisasjon og hovedsamarbeidspartner til den nasjonale satsningen på friluftsliv i regi av Friluftslivets år i 2005.

Over hele landet skal det foregå en rekke forskjellige friluftsansatte i regi av Friluftslivets År 2005. Målet er å fremme friluftsliv for alle. Tusenvis av aktiviteter vil i løpet av 2005 foregå ute i kommunene, og hver enkelt kommune vil få muligheten til å vise frem sin satsning på friluftslivet. Friluftslivets År åpner muligheter for barnehager, skoler, kommunale fritidstilbydere og andre til å stå sammen med frivillige organisasjoner om friluftslivstilbud der barn og unge bor.

## Tradisjon og inspirasjon

Friluftsliv har lange tradisjoner i Norge. Vi er et folk som har et nært og sterkt forhold til det å søke ut i vår rike natur for rekreasjon og inspirasjon for å være bedre rustet til å møte de hverdagslige utfordringene. Vi forvalter en uvurderlig ressurs som vil kunne gagne kommende generasjoner til et sunt og aktivt liv, dersom vi tar vare på mulighetene og overbringer friluftstradisjonene og kunnskapen om å ferdes i og ta vare på vår varierte natur.

På samme måte har G-SPORT mer enn hundre års erfaring med å tilby norske

familier og idrettsutøvere utstyr og gode råd for økt aktivitetsglede. Vår misjon er nettopp å inspirere til økt aktivitet. Under slagordet **sport er alt** ønsker vi å fortelle at sport er for alle, uansett nivå eller ferdighet.

## Ungdomssatsing

En egen web-side for ungdom finnes på [www.ext.no](http://www.ext.no). EXIT er Friluftslivets Års ungdomssatsing. Arrangementene merket med EXIT inneholder flere aktiviteter og et element av spenning. Et eget EXIT-magasin distribueres gjennom G-SPORT butikkene sammen med annen informasjon om Friluftslivets År.

## Utstyrsekk

I forbindelse med samarbeidet har G-SPORT og Friluftslivets År utviklet en utstyrsekk bestående av bl.a. lavvu med plass til 10 personer, øks, sag, bålkjele, sitteunderlag og kompass, for gratis utlån til frivillige lag og organisasjoner i hele landet. Hensikten med dette tiltaket er at utstyret skal hjelpe lokale foreninger og lag til lettere å kunne arrangere en samling i friluft, og sette fokus på hvor lite som skal til for å skape et

stemningsfullt arrangement ute i naturen.

Utstyrsekken vil være tilgjengelig for gratis utlån i 125 av G-SPORT butikker i hele landet. Tilbudet er i hovedsak tiltenkt frivillige organisasjoner, lag, skoler, barnehager og lignende.

I forbindelse med Friluftslivets År er det laget en TV-serie som heter Turklar og som skal gå på TV2 fra 20. april 2005.

Fakta om Friluftslivets År finner dere på [www.friluftslivetsar.no](http://www.friluftslivetsar.no) eller [www.frifo.no](http://www.frifo.no). Her finner man en oppdatert oversikt over aktiviteter som arrangeres i løpet av året. Aktivitetene vil spenne fra fluebindekurs og kurs i revejakt til samiske fangstmetoder og fjellturer.



## Friluftslivets År 2005

# 5 utenfor

## 5 KUNDER svarer på følgende spørsmål:

1. Hvorfor havnet du her, og hva skal/har du handle(t)?
2. Hva er det som får deg til å stå i kø her i 15 minusgrader i x antall timer?
3. Hva er forskjellen på Super G og G-Sport?



*Super G Ryen*



### Aleksander Aurdal 16år - skoleelev (i køen fra 13.00)

1. Jeg er her kun for twintip skienes skyld
2. Har stått her siden kl 13.00 i går (18timer!) Det er litt kult, og tilbudene er helt sinnssyke! Her heldigvis fått hjelp av Super-G'ene i løpet av natta, varmelamper og pizza gjorde godt i 18 minusgrader!
3. Vet ikke helt, kanskje en butikk for de litt mer voksne? Super G er større og kulere.



### Joacim Tørneskog 18 år - Skoleelev (i køen fra 15.00)

1. Det var skia som var greie, fikk blekka (les:DM'en) i posten og ringte en kompis og fikk han med...
2. Det har vært veldig sosialt, bra mennesker i køen.
3. Super G er overkult - Bra utvalg og betjeningen har peiling på hva de driver med - .....???



### Rune Kristiansen 32 år - Sykepleier (i køen fra 17.00)

1. Lavvoen! Her stått her så lenge at jeg nok sikrer meg en Lavvo. Har ellers kjøpt H2O genser, fleecegenser og sovepose.
2. Har hatt tanker om å kjøpe telt lenge, så da jeg så dette helt suverene tilbudet var jeg ikke i tvil. Her ellers ikke hatt noen utenatt i år, så da passet det jo bra.
3. Super G står for stort utvalg, større en G-SPORT ellers, men nødvendigvis ikke alltid billigst. Bra kvalitet på varene!



### Bartek Almashhadi 14 år - Skoleelev (i køen fra 21.00)

1. Jeg kom for sykkelen, men var for sent ute... Fikk ikke kjøpt den for jeg var nr. 41 i køen (de 40 første fikk supertilbudene). Men kjøpte i hvert fall slippers og fotball.
2. Så reklamen i posten og trengte sykkel, så jeg tro til.
3. Super G er vel større enn G-Sport...?



### Hilde Fauskrud 17år - Skoleelev (i køen fra 06.00)

1. Så DM'en. Har kjøpt slippers, fleecegenser og solbrem. Skulle gjerne hatt Lavvoen, håpet på den, men skjønner at jeg var alt for sent ute.
2. Moro å være med på åpningen!
3. Er ikke så nøye med hvilken sportsbutikk jeg handler i, kjøper mer etter tilbudene og på impuls.

# Super G

## – mer av G-SPORT – mer av alt

Konkurransen tiltar, og kundene forventer mer. Stormarkeder innen sport er ingen ny trend. I Europa har det lenge eksistert store sportsvarehus, og i Norge har vi sett de gjennom Smart Club, XXL, Anton Megastore (Sport 1) og lignende.

Av Kjetil H. Løken / Markedssjef G-SPORT

Den første Super G ble åpnet på Alnabru i Oslo for ganske nøyaktig 2 år siden. Deretter fulgte Super G i Sandvika og senere Super G i Bergen, og nå Super G på Ryen i Oslo. Butikkene har opplevd stor kundetilgang og stor omsetning. Super G har kommet for å bli! Kundene forventer en større handleopplevelse i form av vareutvalg, aktiviteter, attraksjoner og tilbud. Trenden er tydelig for så godt som alle bransjer i detaljhandelen. Super G, G-SPORT's stormarked, er også med på å gi kjeden et profilmessig løft. Synlige butikker med moderne innredning og vareutvalg som gir en tilleggsverdi til G-SPORT som merkevare.

### Hva er Super G?

Super G er G-SPORTs navnet på kjedens stormarkedsbutikker, og er i prinsippet mer av G-SPORT. Det nye butikkonseptet ligger til grunn for Super G-butikkene, men med noen tilleggs-elementer som krever større plass enn en ordinær G-SPORT butikk.

### Fakta om Super G:

Samme logo som G-SPORT, men med SUPER i tillegg  
 Baseres på G-SPORT konseptet; butikkonsept, kampanjer, uniformer, plakater, bæreposer, garantier, og er i prinsippet "mer av G-SPORT"  
 4 butikker i Norge  
 Minstekrav til salgsflate er 1000 kvm  
 Tilleggssortiment i minimum 6 kategorier  
 Super G kan både være i kjøpesentra og frittliggende lokasjon  
 Minstekrav til utvalgte butikkelementer  
 Forplikter seg til å gjennomføre profilerende aktiviteter i butikk; div. kurs, happenings, med mer.



# SUPER





Butikken har svært stort utvalg.



Super G ligger i tilknytning til Lagunen Storsenter, som er et av landets største kjøpesentre.



Butikken har et ekstremt høyt snittsalg.



De butikkansatte har mange baller i luften. Assisterende butikkssjef Unni Tveit og butikkmedarbeider Rolf Hodne.



Daglig leder for selskapet, Nils T. Tonning, og assisterende butikkssjef Unni Tveit i butikkens kaféavdeling. Butikkssjef Inge Villy Vallentinsen var bortreist da vi var på besøk.



SUPER G Laguneparken

# Fra teori til praksis

Lagune med egen oase

Det er et eventyr for alle sportsinteresserte å komme inn i Super G Laguneparken. Utvalget er fantastisk. Butikken er stor og lys med glasstak mot himmelen. Det er god plass og mye luft rundt vareutvalget - og midt i det hele deres egen oase. En kafé med gratis kaffe og juice. Et sted hvor man kan slappe av, se på storskjerm eller lese blader. Kanskje parkere far og barna mens mor tråler utvalget i butikken.

Av Trond J. Hansen

Laguneparken er en del av Lagunen Storsenter, som er det største kjøpesenteret i Hordaland, og på vei til å bli det største i hele landet. I fjor omsatte senteret for tett oppunder to milliarder kroner. Senteret ligger cirka 15 minutters kjøring fra Bergen sentrum, på vei mot flyplassen på Flesland. Dette er den største, og nyeste, av i alt åtte butikker i Bergensområdet og to i Haugesund. De to andre store G-butikkene ligger i Bergen Storsenter i sentrum av byen, og på Sartor Senter på Sotra.

## Satser på kursing

G-SPORT magasinet møter daglig leder for selskapet, Nils T. Tonning, og assisterende butikksjef Unni Tveit i butikkens kaféavdeling. Nils byr på kaffe mens han entusiastisk forteller om åpningen av butikken 10. november 2004. – Det stod mer en tusen mennesker i kø utenfor butikken. NRK og alt av presse var til stede. Vi hadde leid inn vektere, politi og Røde Kors for å få det hele til å fungere. Det er ingen ting i verden som er så morsomt som å åpne nye butikker, forteller Tonning med stor innlevelse. Og han vet hva han snakker om, for 12. august var han med på åpningen av ny G-Sport butikken på Sotra. Han legger til at butikken har vært en suksess fra første dag, og at butikken har et ekstremt høyt snittsalg. Vi lurer på hva som er oppskriften til suksessen. – Kunnskap er utrolig viktig. Vi har ansatt en egen kurs- og kompetanseansvarlig for butikkene. De ansatte kurses hele tiden og får informasjon om nye produkter. Alle ansatte har derfor svært god kompetanse om produktene, forteller Nils Tonning. Kursene holdes i butikkens oase, hvor det i tillegg til storskjerm finnes alt av moderne AV-utstyr. Men det er ikke bare de ansatte

som nyter godt av kurstilbudene. Med jevne mellomrom arrangeres det klubbkvelder for lokale idrettslag. Leverandørene kommer og forteller om nye produkter. – Kari Traa var nylig her og hold foredrag, legger Unni til. Hun forteller også at idrettslagene får anledning til å handle i butikken etter ordinær åpningstid.

## Rett vare til rett kunde

Vi vil gjerne vite litt om hva de er spesielt gode på. – Det er enkelt å svare på. Vi er gode på alt. Det viktigste er likevel å være ærlig ovenfor kunden og selge rett produkt til rett kunde. Her kommer kunnskapen inn, slår Nils fast. Han fremholder også at vareutvalget er svært stort. – Vi har kort sagt mer av alt, noe som gjør det lett å hjelpe kunden til å finne det riktige produktet, sier han. – Har dere noen nye satsningsområder? – Vannsport er noe som kommer for fullt. Havkajakker, kanoer, vindsurfing og utstyr til dette kommer vi til å ta inn mye av. Dessuten tar vi inn mye fiskeutstyr til sesongen. Men først og fremst er målgruppen for butikken "den norske familien", sier fiskeentusiasten Tonning. Han er også opptatt av butikkens gode beliggenhet ved et landets travleste kjøpesentre. – I Lagunen skjer det hele tiden svært mye og handel avler handel, slår han fast. At det ligger en konkurrerende butikk like i nærheten ser han bare som positivt. Som for andre butikker som ligger i et kjøpesenter utenfor sentrum, opplever de at mye av handelen skjer på ettermiddagen og i helgene. Noe som er naturlig når man i stor grad må bruke bil for å komme dit. Unni Tveit viser oss rundt i den store og lyse butikken før vi drar videre. Vi får rett og slett forferdelig lyst til å handle.

# DBS

## -endelig tilbake i G-SPORT

Etter over femten års fravær er endelig DBS tilbake i våre butikker! Den gangen trillet man hver sin vei grunnet uenighet om veivalg, men nå er det andre tider og tiden er moden for igjen å dyrke et fartsfylt samarbeide.

Av Rolf Backsæther

Øgland så dagens lys 1895, Den Beste Sykkel traff nordmenn rett i hjerterota i 1932 og Cycleurope har siden 1996 tatt vare på DBS navnet og produksjonen. Det har vært noen år med tilpassing til større europeisk system og slike prosesser har en tendens til å ikke bare gå knirkefritt.

### Høy merkekjenenskap

Nå er ikke bare DBS tilbake i kjeden, de er også skikkelig på hugget for å vise seg frem for forbruker som den ledende sykkelprodusenten på det norske markedet. Med en merkekjenenskap på hele 86% er potensialet stort. Dagens marked er til dels uoversiktlig og i sterk forandring, og det er ingen tydelig markedsleder. Hos forbruker er derimot DBS fortsatt markedslederen, og dette er en posisjon DBS nå akter å forankre og tydeliggjøre. Den høye merkevarekjenenskapen kommer også deg til gode. DBS er "top of mind" hos forbruker, et referanseprodukt, noe som gjør at produktet "selger seg selv"

### Vil lytte til de ansatte

For å klare å forankre posisjonen som markedsleder, må man være tilstede der det skjer. Og de senere år har ikke dette, i sterk nok grad, vært tilfelle. Våre butikker er der det skjer, og derfor har DBS strukket seg langt for atter å bli en samarbeidspartner på sykkel i kjeden. De har også ambisjoner om å være lydhøre for kjedens ønsker, og ikke minst at også de ansatte, som er nærmest produktene og kundene, skal bli hørt. Dette er et av virkemidlene for å lykkes og bli den aktøren i systemet de har ambisjoner om å bli. Som Bjørn Sætre, leder av Cycleurope sier: – Dere er representert i 20-30 kjøpesentra, mens i fjor var DBS kun representert på 8! Skal man være markedsleder må man være der folk handler. Det



er derfor helt naturlig for oss å atter samarbeide med Norges beste sportskjede. Han håper å kunne bidra med å se kundenes/forbrukernes behov. Derfor har de en mann dedikert til Gresvig – som skal ha fingra helt inne i sykkelavdelingene. Han skal få tilbakemeldingene fra forbruker direkte gjennom innspill fra ansatte i butikk.

### Fullt markedsføringstrykk

DBS sortimentet har blitt radikalt mye bedre for denne sesongen. DBS kjører for fullt og de lover at de 14 roadshowene, som er rettet mot forhandlere i hele Norges land, vil bli lagt merke til. Også praktiske workshops vil bli gjennomført med mange. Her skal ansatte ut og læres opp om syklene, både teoretisk og praktisk, her skal det ut og sykles! Ellers har den norske delen av Cycleurope tenkt å bruke de muligheter og synergier det gir å være en del av et av Europas ledende sykkelssystem. Dette gjør det lettere å ta den ledende rollen innen produktutvikling, men også innen markedsføring. Dette vil synes, også gjennom omfattende TV reklame og tilstedeværelse i de rette media hvor man hører hjemme. DBS kommer til å være mer synlige i mediebildet enn på mange mange år!

### Slaget står ute i butikk

I årets sykkelkatalog er det presentert 4 DBS modeller, men det er positivt å se at de fleste forhandlerne har kjøpt mange flere modeller enn hva som er i grunnsortimentet. Bjørn sier - Vi lot oss raskt imponere over at kompetansen på sykkel ute i kjedens butikker er så høy, og den positive responsen på årets DBS'er ser vi som et bevis på at hele DBS sortimentet er bra. Bjørn sier ellers at han er heldig i så måte at han, som relativt ny leder av Cycleurope i Norge, ikke trenger å se tilbake, men kan derimot kun konsentrere seg om å se fremover. Han kan love et



høyt trykk, både markedsføringsmessig og også opp mot dere ute i butikk. Han har forståelse for at det er ute i butikk slaget om sykkelkundene står, og lover at DBS og Cycleurope skal lytte og tilpasse seg deres ønsker og behov.

”Vi lot oss raskt imponere over at kompetansen på sykkel ute i kjedens butikker er så høy, og den positive responsen på årets DBS’er ser vi som et bevis på at hele DBS sortimentet er bra.”

–Bjørn Sætre - Sjef Cycleurope Norge

#### Bra sortiment

Ellers er det vært å nevne syklene, som i år ikke står tilbake for noe av det som tilbys på markedet. Snarere tvert i mot. Med nyvinninger som Open Tube Concept-rammene på toppmodellene til Logic hybridene og ETC mtb’ene, viser DBS tydelig at de igjen skal lede an utviklingen innen MTB- og komfortable hybridrammer. I tillegg kommer de med Edge 500, som er perfekt balansert med

henhold til design, utstyr og pris, og ikke minst det nye egenutviklede hjul konseptet; Spectra Wheel Concept, med dobbeltbunnede felger og 28 parallelle eiker bygd på et forsterket spesiallaget Shimano nav, som gir stivere og sterkere hjul som i tillegg triller lettere. Alt dette beviser at de tider er slutt da DBS satt og så på hva andre gjorde. Nå er de tilbake der de hører hjemme; designer egne sykler som dekker de ulike behovene konsumentene til enhver tid har.

#### Leveres ferdig montert

Til sist bør også nevnes det som har vært en DBS force i alle år og som dere ute i butikk helt sikkert kommer til å oppleve meget positivt: Alle voksne DBS’er, helt ned til 24” hjul, kommer fortsatt på hjul - ferdig montert! Dette sparer dere mye tid på. Du klarer å montere 10-15 DBS’er på en time, mens kanskje 3-4 som er levert i eske!

”Vi er svært fornøyde med det nye samarbeidet med Cycleurope/DBS. DBS er den meste etterspurte merkevaren på sykkel i Norge og er derfor et godt supplement til våre egne Diamant. Med de syklene vi anbefaler i kjedesortimentet for 2005, er vi godt rustet til å møte forbrukerens behov og preferanser”

–Audun Holmøy Kategorisjef Sykkel - Gresvig AS



**Norrøna OffTrack** mikrofiber jakke er en Ultralett jakke laget i en svært "pustende" og vindtett mikrofiber designet for terreng-sykling, løping og andre multisport aktiviteter. Lav vekt og kroppsnært snitt uten unødvendige detaljer, gjør jakken kompakt og lett å pakke. Alle OffTrack produkter er laget for korte intensive aktiviteter – hvor du er ute, beveger deg med høy intensitet for så å gå inn igjen! Dette er produkter for deg som kun vil ha med deg det aller nødvendigste og ikke bære med ekstra vekt.

*Tekniske detaljer:*

- 2 frontlommer, 1 ryggomme – alle med ventilasjonsmuligheter
- Liten nøkkel/kredittkort lomme inni venstre frontlomme
- Refleks for bedre synlighet
- Strikk justering i livet
- Myk hakebeskyttelse

Pris kr. 999,-

mer info Norrøna Sport AS – [www.norrøna.no](http://www.norrøna.no)



**Etto Cyclone** er en hjelm, som ikke bare ser sterk og kraftig ut, men som også gir beskyttelse i tøffe situasjoner. Hjelmen gir syklisten bra ventilasjon gjennom en ny kombinasjon av ventilasjonshull, som er laget i et "kryss- og tvers" design. Cyclone er produsert etter innmoldet prinsippene og er utrustet med alle andre Etto sikkerhets- og komfort standarder, som Power Strap reguleringsystem II og insekt nett som integrert i hjelm skall. Cyclone's leveres i 4 tøffe fargekombinasjoner.

*Størrelser / Vekt:*

S/M - 54-57cm / ca. 240 gram

L/XL - 57-60cm / ca. 260 gram

Ventilasjon: 16 Hull

Skygge: Snap on

Pris kr. 699,-

mer info Etto AS - [www.etto.no](http://www.etto.no)



## Bavac - nå også Outdoor!

Når det er snakk om å bruke kroppen til det ytterste, er det viktig at plaggene puster godt og transporterer svetten hurtig vekk fra kroppen. I tillegg må de ha et design som gir høy komfort. Bavac lanserer nå en ny outdoor serie med fem nye sokker til hiking/trekking. I tillegg til en liner (tynn innersokk), leveres følgende modeller: Hiking light, Hiking medium, Hiking extreme og Travel. Extremen er en avansert spalisokk med silke og Blisterguard® og kommer i fargen oransje.

Veil uts. pris 249,-. De andre "lettere" modellene koster fra 99,- - 179,-.

mer info Swix Sport AS – [www.bavac.no](http://www.bavac.no)

## Kari Traa klær - for tøffe jenter - uansett alder...

Kari har opplevd kjempesuksess med sin egen kleskolleksjon. For sommeren lanseres masser av frekke klær, bikinier, undertøy, strandsandaler, håndklær, solbriller og hodeplagg og nå kan også de minste jentene kle seg i Kari Traa kolleksjoner.

mer info: Kari Traa AS  
[www.karitaa.com](http://www.karitaa.com)



Test av jakke: AW Allværsjakke, pris kr. 999,-

# Norheim – still going strong

Norheim, med over 50 års fartstid i Norge, lever i beste velgående gjennom produksjon og distribusjon i G-Sport systemet. Vi har benyttet en av sommerens jakker og kommer her med en del synspunkter på denne. Holder den mål, eller er det bare en rimelig jakke uten funksjonelle detaljer? Vi satte den på prøve; holdt den mål – les videre å få svar.

Av Kristian Sæther

Har benyttet jakken en måneds tid under særdeles varierende forhold. Dette er jo en typisk allroundjakke og for virkelig å sette den på prøve så er jakken blitt benyttet til alt fra norsk vinterfjell, som reisejakke fra varmt klima til kaldt, under troperegn i høy varme og som sportsjakke fra alt til bandyspilling til bybruk.

Teknisk er jakken en meshforet coated/membran jakke med tekniske detaljer som vannrette glidelåser på alle utvendige lommer, 1 på arm og nede i front, avtagbar teknisk hette med snorstramming i front og justering bak, samt en innerlomme og utlufting under armene. Jeg lar meg imponere av detaljene; her er det benyttet YKK glidelåser og hettens innfesting på jakken er gjennomtenkt og elegant løst. Når du tar av hetten ser jakken fortsatt bra ut og hettens form og funksjon fungerer bra når du en gang i blant må benytte deg av denne. Bevegelsesfriheten er bra, så det er tydelig jobbet med at jakken skal ha et funksjonelt snitt.

Som allround plagg gjorde jakken jobben sin, uansett hva jeg utsatte den for. Det er en jakke som fungerer bra til det den er tenkt benyttet til.

## Forbedringspotensiale:

- Jakken er en kort modell som har en noe lengre rygg. Her kunne jeg tenkt meg at bakstykket var enda noe lengre.
- Bedre "pusteegenskaper" – men dette gjelder nesten alle tilsvarende produkter
- Kunne godt vært enda lengre utluftingsglidelåser under armene

## Fine greier:

- Bra kvalitet "all over"
- Bra passform og funksjon
- Lange fine ermer
- Utseende
- Fin pris

Alt i alt en prisgunstig og godt gjennomarbeidet jakke.

Kristian Sæther



# DBS

## Stil og eleganse

### DBS LOGIC LTC 540 S

Farge: Sølv/Sort

Hjul: SWC 40-622

Gir: Shimano Acera 24

Ramme: HTC

Dempegaffel: Suntour CR881

justerbar

Krank: 48 tenner

Vekt: 13,7 kg

**Veil 3.999,-**

**otc**  
open tube concept

DBS Logic har vår unike Open Tube Concept (OTC) på rammen. Dette gir en lettere og stivere rammekonstruksjon som gir bedre respons i rammen for den som sykler litt aktivt.



**DBS LOGIC LTC 800.** Farge: Sort/Gull. Hjul: SWC 32-622. Gir: Shimano Sora 16. Ramme: OTC. Krank: 53 tenner. Vekt: 12,8 kg.

**Veil 4.999,-**