

Ny glid: Skisåler med nanoteknologi – som sikrer feste og glid uten smøring – er rett rundt hjørnet. Ekspertene spår en smørefri fremtid for massene, mens eliteløperne snart vil ha flere par smørefrie hightechski for ulike snøforhold.

SPORT

GREGERS OTTESEN
OSLO

Om fem til ti år er det trolig slutt på festevoxs og klister, mener distriktssjef Dag Ivar Hovde i Elbe Normark as.

Elbe Normark er importør av Peltonen ski og skismøringen Rex fra Finland. Allerede neste vinter vil han lansere den finske turskieren Peltonen med første generasjons nanosåle i Norge.

– De er litt dyrere en vanlige ski, men til gjengjeld slipper man jo å kjøpe skismøringen vår, sier han.

Danker ut smøring

Med ti prosent andel av skismøringsmarkedet er Rex nummer to i Norge etter Swix. Hovde mener fremtiden ligger i utvikling av hightech skisåler mer enn streben etter stadig mer avanserte feste- og glidevoxs.

– På mange måter konkurrerer vi med oss selv. Vi vil trappe ned på smøring og opp på avanserte såler, sier han.

En forsiktig lansering av skien i vinter førte til at 2000 par ski forsvant på få dager. Neste år budsjetterer han med 15.000 par. I Norge blir det årlig solgt cirka 350.000 par ski. I første omgang satser Peltonen på massemarkedet og på barneski, der Peltonen sikter mot 70 prosent

77 Først kom voksen, deretter smøretapen. Neste naturlige steg er nanosålen

Dag Ivar Hovde i Elbe Normark

markedsandel. Han medgir at nanoskiene foreløpig ikke holder mål for de helproffe.

Hovde mener det ikke har skjedd noen utvikling på skimarkedet de siste 30 år.

– Først kom voksen, deretter smøretapen. Neste naturlige steg er nanosålen. Den er garantert holdbar i 2000 kilometer, men holder fint i 4000 kilometer. Det unike med nano er et den gir både gli og feste, sier han.

Alle forsker

Den tidligere OL- og VM-vinneren Terje Langli er ansvarlig for vinterproduktene til Elbe Normark. Han har også vært smøresjef for landslaget i langrenn. «Fantastisk» kaller han nanoskiene. Han er ikke i tvil om at også proffe langrennsløpere vil bruke smørefrie ski om få år.

– Det testes og forskes intenst på dette. Ingen vet hva de andre holder på med. I dag er det smøreprodusentene som forsker mest på nye typer såler, sier han.

Langli opplyser at flere eliteløpere har slike ski i dag, men vil foreløpig ikke bruke dem i renn. Trolig vil eliteløperen Oddbjørn Hjelmeseth benytte Peltonens nanoski for første gang i renn neste år.

– Vi har allerede mange positive tester blant både norske og finske eliteløpere. Gliden sitter, men på endel såler mangler det litt på frasparket, sier han og spår at hver eliteløper snart vil ha fem-ti par smørefrie ski tilpasset ulike snøforhold.

Swix samarbeider

Markedslederen Swix holder kortene tett mot brystet. Swix har 80 prosent av smøringsmarkedet som årlig er på cirka 100 millioner kroner. Bak Swix står Johan H. Andresens investeringselskap Ferd.

– Det er endel forskning på området. Det kan komme løsninger som funker, sier salgss-



■ FREMTID. – Dette er første generasjons smørefrie nanoski, sier distriktssjefene Dag Ivar Hovde (høyre) og Terje Andersen jr. i Elbe Normark as.
Foto: Anita Arntzen



KONKURRENT. Salgssjef Bjørn Håkenrud i Swix Sport sier selskapet selv forsker på ulike såltyper.

sjef Bjørn Håkenrud i Swix Sport as.

Han opplyser at Swix samarbeider om nye typer såler med ulike skiprodusenter.

– Swix forsker også selv på



KOMMER. – Det testes og forskes intenst, sier Terje Langli som er tidligere smøresjef for landslaget.

ulike såltyper, opplyser han, Håkenrud understreker at fullstendig smørefrie ski som sikrer både topp feste og topp glid er svært vanskelig å få til, fordi snøen og snøkrystallene

forandrer seg hele tiden. Men han ser for seg en fremtid med to hovedgrupper ski. Den ene er for topløpere og halvproffe løpere som hver har mange spesialski og bruker enda flere smøringstyper enn i dag. Den andre gruppen – massemarkedet – vil få enklere konsepter med ulike smørefrie ski. Han viser til Fishers Zero smørefrie ski for nullføre som allerede er blitt en suksess.

gregers.ottesen@dn.no

Fjonge ansatte i løypene

GREGERS OTTESEN
OSLO

Svette og pesende langrennsløpere med arbeidsgiverens logo på ryggen kan bli et vanlig syn i marka og fjellheimen. Etter å ha utstyrt 20.000 norske syklistene med firmafarger og logo, skal Original as følge samme oppskrift om vinteren. Firmaet er markedsleder på

reklamebekledning og samarbeider med utstyrleverandøren Swix mot idrettsklubber.

– Vi merker at det skjer ting med teambuilding også om vinteren. Det som skjedde med sykkel i Birken, tror vi også vil skje med langrenn, sier daglig leder Thor Haraldsen hos Original as.

Han mener teambuilding gjennom firmasykling ligger

fem til syv år foran andre idretter som langrenn. Men han er likevel sikker på at innen tre år vil minst 20.000 ansatte i norske bedrifter også bestille og kle på seg firmadrakter på skitur. Gjennom moderne produksjon i Tsjekkia og design i Norge, kan draktene leveres på få uker med nøyaktig det designet sjefene i hver bedrift har bestilt.