

# ENTREPRENÖR

Varje dag om små och medelstora företag

■ Vad vill du läsa om på DI Entreprenör? Tipsa oss, [entreprenor@di.se](mailto:entreprenor@di.se)  
08-573 650 00

Redaktörer: Mats Brohagen, [mats.brohagen@di.se](mailto:mats.brohagen@di.se) · Anna Svedbom, [anna.svedbom@di.se](mailto:anna.svedbom@di.se)



SÄTTER NYA MÅL. Efter att ha erövat Norden väntar nu Storbritannien, Kroatien och Kina på Frank Angelinis och Per Sundströms viktningsprogram.

FOTO: ROBERT ÖSTERLIND

## Di FAKTA

### Så här ser metoden ut

■ **Mental träning.** Formulera ett tydligt, motiverande mål. Förstärk med bilder och härliga ljud.

■ **Mental näring.** Avsätt en stund varje dag för att njuta och koppla av. Stress är den största boven i överviktens drama.

■ **Rörelseglädje.** Hitta glädje i att röra på dig regelbundet varje dag.

■ **God energi.** Välj mat i balans med hur mycket du rör på dig och unna dig kost med bra fetter, vitaminer och mineraler.



BALANS. Lina Vestman i Stockholm är en av Xtravaganzas många franchise-tagare.

FOTO: JOEY ABRAIT

# Rätt vikt är guld värd

## Västeråsföretaget Xtravaganza siktar på överviktiga kineser

VÄSTERÅS

**Viktningskedjan Xtravaganza finns redan på över 200 orter i Norden. Nu väntar en expansion i Kroatien, Storbritannien och Kina.**

**”Det finns över 250 miljoner överviktiga kineser”, säger Xtravaganzas vd, Per Sundström.**

Om inte Per Sundström hade åkt till Los Angeles i slutet av 1980-talet så hade nog aldrig Xtravaganza sett dagens ljus.

”Det fanns 10 000 friskvårdsanläggningar bara i Los Angeles-området. Så de låg långt före Sverige”, berättar han.

Väl hemma började Per Sundström på en kiropraktorutbildning i Stockholm. På utbildningen träffade han en annan västeråsare, Frank Angelini.

Efter utbildningen grundade de kiropraktormottag-

ningen Muskel- och ledkliniken i Västerås. De började även att arbeta med företagshälsovård.

### Startade flera bolag

Per Sundström och Frank Angelini startade också friskvårdskedjan Njoy, som växte till elva anläggningar i Sverige. Parallellt grundade de The Academy, som jobbade med instruktörsutbildningar inom friskvård.

”Men vi såg också att det fanns en grupp människor som aldrig vågade söka sig

till våra träningsanläggningar. De tyckte att det var för flashigt”, menar Per Sundström.

”Vi insåg att vi hade fel marknadsföring, eftersom 22-åriga Stina eller Kalle hittade till oss ändå. Men 44-åriga Gun eller Olof, som ville ha mer praktisk hjälp med viktningsprogram, kom inte”.

### Rätt vikt grunden

Redan som kiropraktorer hade Per Sundström och Frank Angelini dessutom insett ett annat problem:

”För hög vikt påverkar knän, leder och ryggen negativt”, berättar Frank Angelini.

Så de båda entreprenörerna gjorde lokal radioreklam i Västerås för ett nytt viktningskoncept och fick 1400 svar. I slutet av 2001 föddes Xtravaganza.

Företagets viktningskoncept innehåller bland

annat föreläsningar om kost, mental träning för att hjälpa kunderna att sätta mål och personliga program för träning både med redskap och i form av exempelvis raska promenader.

### ”Mental träning”

”Vi pratar också om mental näring. Man behöver hitta saker i livet som man kan njuta av och som får en att stressa av, så att man väljer någonting annat än att äta”, säger Frank Angelini.

”Men vi har ingen speciell diet eller någon idealvikt. För idealvikten är mycket upp till människans egen självbild av vilken nivå man vill ligga på. Man behöver inte vara trådsml”.

### 120 000 kunder

I dag finns Xtravaganza på fler än 200 orter i Sverige, Norge, Danmark och Finland

## Di FAKTA

### Xtravaganza

■ **Ägare:** Per Sundström och Frank Angelini äger moderbolaget Xtravaganza AB, där alla rättigheter finns. Moderbolaget äger 67 procent av Xtravaganza Viktcenter, där Dan Persson har resterande 33 procent.

■ **Omsättning:** Beräknas till 180 Mkr i år.

■ **Resultat:** Målet är cirka 5 procent.

■ **Anställda:** 18 i Xtravaganza. Franchisetagarna har ytterligare cirka 800 anställda.

med sina viktklubbar och viktcenter. Man har haft drygt 120 000 kunder sedan starten.

Och företaget, som är en franchisekedja, expanderar raskt på nya marknader. I

Kroatien har man öppnat en enhet och planerar ytterligare tre till fem anläggningar i september.

### På väg till Kina

”Vi går nu också in på den brittiska marknaden som är tre gånger så stor som den nordiska. I Storbritannien är målet att öppna 20–30 enheter per år. Expansionen fortsätter också i Norden med 30 nya enheter under september”, berättar Frank Angelini.

Nästa marknad för Xtravaganza blir Kina.

”Det finns över 250 miljoner överviktiga kineser i städerna, eftersom de har skaffat sig västerländska matvanor”, säger Per Sundström.

ROBERT ÖSTERLIND  
[robert.osterlind@di.se](mailto:robert.osterlind@di.se)  
070-593 27 45