



## Robbie Williams ist neuer globaler Markenbotschafter von WW

*Die Kampagne "For Every Body" startet global am 26. Dezember 2018 und stellt den positiven Effekt eines gesünderen Lebensstils in den Mittelpunkt*

**NEW YORK/Düsseldorf, 17. Dezember 2018** - WW (ehemals Weight Watchers / NASDAQ: WTW) hat heute Robbie Williams als neuen globalen Markenbotschafter vorgestellt. Die internationale Pop-Ikone wird neben Oprah Winfrey und anderen WW Teilnehmern in der integrierten Kampagne „For Every Body“ des Unternehmens auftreten. Robbie Williams wird seine WW Wellness-Reise auf seinen Social-Media-Kanälen teilen und seine Follower ermutigen, ihre ganz persönlichen Gründe für ein gesünderes Jahr 2019 mit #MyWhy zu teilen.

"For Every Body" basiert darauf, dass jeder seinen ganz eigenen Grund hat, gesünder zu leben und zielt auf den positiven Effekt, den der Weg zu einem gesünderen Lebensstil für jeden von uns hat. Damit spiegelt die Kampagne die strategische Entwicklung von WW wider, die führende Position des Unternehmens im Bereich Gewichtsmanagement auszubauen und eine ganzheitliche Plattform für Wellness und einen gesünderen Lebensstil zu schaffen. Die Kampagne startet im Kontext der aktuellen „WW Global Wellness Survey“, nach der 90 Prozent der weltweit Befragten die Verbesserung ihrer körperlichen, geistigen und emotionalen Gesundheit weit oben auf ihre Zielliste für 2019 gesetzt hat.

"Unsere Teilnehmer sind das Herzstück unserer Marke. Ihre Geschichten und ihre Motivation (ihr #MyWhy) für einen gesünderen Lebensstil zu hören, ist inspirierend", sagt Gail Tifford, Chief Brand Officer, WW.

"Interessant ist dabei, wie universell viele dieser "Whys" sind. Ob man für die Kinder oder für sich selbst gesund sein möchte, ob man sich in einem Brautkleid wohl oder sich am ersten Tag eines neuen Jobs bestärkt fühlen möchte - WW bedeutet Wellness that Works. Für jedermann („For Every Body“). Und das ist die Prämisse unserer Kampagne."

"WW ist das erste Programm, bei dem ich das Gefühl habe, dass es wirklich in mein Leben passt“, erklärt Robbie Williams. „Nach meiner Rückenverletzung im letzten Jahr habe ich meine gesunden Gewohnheiten schleifen lassen und mich gefühlt, als ob ich mich und meine Familie im Stich lasse. Doch ich kann nicht immer wieder die gleichen Dinge ausprobieren und auf ein anderes Ergebnis hoffen. Daher vertraue ich der Erfahrung, die WW in der Verhaltensforschung aufzuweisen hat und bin stolz darauf, neuer Markenbotschafter zu sein. Hoffentlich werden andere von meiner Erfahrung profitieren."

“Ich führe ein viel besseres Leben, seit ich Teil der WW Familie bin,“ sagt Oprah Winfrey. “Es ist eine fortwährende Aufgabe, gesund, stark und aktiv zu bleiben. Daher weiß ich jeden Tag zu schätzen, an dem ich mit einem gesunden Geist und einem gesunden Körper aufwache."

"WW strebt danach, der weltweit führende Partner im Bereich Wellness zu sein - mit einem Programm, das für jedermann entwickelt wurde und Millionen von Menschen dabei unterstützt, gesunde Gewohnheiten zu übernehmen", sagte Mindy Grossman, Präsidentin und CEO, WW. "Wir sind so begeistert, dass Robbie Teil der



WW Community wird, andere mit seiner WW Wellness-Reise inspiriert und unseren Teilnehmern hilft, ihr bestes Ich zu sein."

WW verbessert kontinuierlich das Nutzererlebnis mit innovativen Inhalten, Hilfsmitteln und Ressourcen, die die WW Wellness-Reisen der Teilnehmer begleiten und unterstützen. Eine dieser Neuerungen ist die Community-Building-Funktion innerhalb der WW App: die Connect Groups, in der sich Teilnehmer zu gleichgesinnten Gruppen zusammenschließen können. Die Gruppen gibt es zu den Themen Das bin ich, Mein Weg, Lebensmittel, Bewegen, Umdenken, Hobby.

Die Kampagne "For Every Body" startet global am 26. Dezember 2018. Im Rahmen einer mehrjährigen Vereinbarung mit WW wird Robbie Williams in Europa sowie in Kanada, Australien und Neuseeland zu sehen sein.

Weitere Informationen unter [www.ww.com](http://www.ww.com). Wer Robbies Reise folgen möchte, kann dies auf Instagram unter @robbiewilliams und WW @WW\_Deutschland tun. Unter Verwendung von #MyWhy können Teilnehmer ihre Wellness-Reise mit anderen teilen oder Anderen auf ihrer Reise folgen.

### **Über die WW Global Wellness Study**

Die „WW Global Wellness Study“ wurde von Wakefield Research in 11 Märkten durchgeführt: USA, Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Australien, Neuseeland, Kanada, Schweiz, Schweden, Brasilien und Benelux. Befragt wurden 10.007 national repräsentative Erwachsene ab 18 Jahren.

###

### **Kontakt:**

WW (Deutschland) GmbH  
Unternehmenskommunikation  
Andrea Hahn / Karsten Biermann  
E-Mail: [unternehmenskom@weight-watchers.de](mailto:unternehmenskom@weight-watchers.de)  
Tel. +49 (0) 211 / 9686-163 oder -216

---

### **Über WW**

WW ist ein globales Wellness-Unternehmen und weltweit der führende kommerzielle Anbieter für ein aktives Gewichtsmanagement und körperliches Wohlbefinden. Wir inspirieren Millionen von Menschen zu gesunden Gewohnheiten für das echte Leben. Durch das Ineinandergreifen von digitaler Expertise und persönlichem Austausch in Workshops profitieren die Teilnehmer von unserem alltagstauglichen, nachhaltigen Ansatz, der gesunde Ernährung, Bewegung und eine positive Grundeinstellung umfasst. Mit mehr als fünf Jahrzehnten Erfahrung im Aufbau von Communities und unserer Expertise in der Verhaltensforschung ist es unser Ziel, Gesundheit und Wohlbefinden für jedermann zu ermöglichen. Weitere Details über die strategische Vision von WW erfahren Sie unter [www.ww.com](http://www.ww.com). Für weitere Informationen auch zum globalen Unternehmen, besuchen Sie unsere Unternehmenswebsite unter [corporate.ww.com](http://corporate.ww.com).