



Kate Hudson ist neue globale Markenbotschafterin von WW

Hudson ist Teil der "For Every Body" Kampagne des Unternehmens, die global am 26. Dezember 2018 startet und den positiven Effekt eines gesünderen Lebensstils zelebriert

NEW YORK, Düsseldorf, 19. Dezember 2018 - WW (ehemals Weight Watchers / NASDAQ: WTW) gab heute bekannt, dass Kate Hudson – Schauspielerin, Unternehmerin und Mitbegründerin von Fabletics – die neue globale Markenbotschafterin des Unternehmens ist. Sie wird neben Oprah Winfrey und anderen WW Teilnehmern in der integrierten Kampagne „For Every Body“ des Unternehmens auftreten. Als WW Teilnehmer und globale Markenbotschafterin wird Kate Hudson ihre WW Wellness-Reise teilen und Andere ermutigen, ihre ganz persönlichen Gründe für ein gesünderes Jahr 2019 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 ganzheitlichere Plattform für Wellness und einen gesünderen Lebensstil zu schaffen.

"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."

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 haben.

"Ich bin unglaublich begeistert, die neue Markenbotschafterin für WW zu sein. Ich glaube fest an die Mission des Unternehmens, Gesundheit und Wellness für alle zugänglich zu machen", sagte Kate Hudson. "Der Aspekt, den ich am meisten an WW liebe, ist die Community, weil ich weiß, dass Gleichgesinnte und Wegbegleiter wichtig für einen gesünderen Lebensstil und das persönliche Wohlbefinden sind. Menschen zu haben, mit denen man sich zusammenschließen und austauschen kann, und die einen inspirieren, sind so wichtig, wenn man danach strebt, sein bestes Leben zu leben."

"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 Kate Teil der WW Community ist. Mit ihrem immensen Einfluss wird sie uns helfen, unsere Mission auf der ganzen Welt zum



Leben zu erwecken und Andere zu inspirieren, sich unserer Community anzuschließen und ebenfalls 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. Teilnehmer, die sich für WW Freestyle™ – dem bisher besten und effektivsten Programm in der Unternehmensgeschichte – anmelden, erhalten den digitalen Zugang sowie umfassendes Expertenwissen zu Verhaltensänderungen in den Bereichen Ernährung, Bewegung und Mindset.

Die Kampagne "For Every Body" startet global am 26. Dezember 2018. Im Rahmen einer mehrjährigen Vereinbarung mit WW wird Kate Hudson global in allen WW Märkten in Marketingmaterialien prominent vertreten sein.

Weitere Informationen unter www.ww.com sowie <https://www.weightwatchers.com/de/katehudson> . 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
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. Für weitere Informationen auch zum globalen Unternehmen, besuchen Sie unsere Unternehmenswebsite unter corporate.ww.com.