



Voor meer informatie:

Valerie Janssens, Edelman Amsterdam voor WW

020 301 0980

BeneluxPressOffice@edelman.com

ONDER EMBARGO TOT MAANDAG 24 SEPTEMBER 2018 14:00 uur CEST

**Weight Watchers wordt WW en versterkt missie om wellness voor iedereen toegankelijk te maken
WW introduceert nieuwe slogan: "Wellness that Works"**

Nieuwe app voorziet betere digitale ervaringen en een eerste in zijn soort "Wellness Wins"-beloningssysteem dat op 4 oktober wordt geïntroduceerd

BREDA/BRUSSEL, 24 september 2018 – Om de volgende fase in de evolutie van het bedrijf te weerspiegelen en zich te concentreren op meer algemene gezondheid en wellness, heeft Weight Watchers International Inc., vandaag aangekondigd dat het WW zal gaan heten. De naamsverandering is in lijn met de verbreding van de rol van het bedrijf en de missie om wellness voor iedereen toegankelijk te maken, terwijl het merk tegelijkertijd zijn geschiedenis in ere houdt. Een nieuwe slogan – "Wellness that Works" – zal wereldwijd worden ingezet om de geschiedenis van het bedrijf en de algehele benadering van gezondheid en wellness middels goede gewoontes, ondersteund door wetenschappelijk onderzoek, kracht bij te zetten.

"We willen het beste gewichtsmanagementprogramma ter wereld blijven, maar we zetten onze jarenlange kennis en ervaring op het gebied van gedragsverandering nu in voor een nog grotere missie", aldus Mindy Grossman, CEO van WW. "We worden wereldwijd dé partner in wellness. Ongeacht wat je doel is – gewichtsverlies, gezonder eten, meer bewegen, een positieve mindset ontwikkelen of al het bovenstaande – wij leveren wetenschappelijk onderbouwde programma's die passen in ieders leven. Dit is slechts het begin van onze reis om wereldwijd partner in wellness te worden en het potentieel van onze impact maakt op mij een diepe indruk."

"Vanaf het moment dat ik ervoor koos om in het bedrijf te investeren en lid te worden van de Raad van Bestuur, geloof ik dat de rol die WW in het leven van mensen kan spelen veel verder gaat dan een cijfer op de weegschaal", zegt Oprah Winfrey. "Nu Weight Watchers WW wordt, denk ik dat we mensen kunnen inspireren om niet alleen goed te eten, maar ook om meer te bewegen, contact met anderen te maken en het genot van een gezond leven te blijven ervaren."

Verbeterde digitale ervaring met meer holistische focus op wellness

Om daadwerkelijk een partner in wellness te worden evolueert WW continu alle aspecten van hoe wellness geïntegreerd is in de levens van mensen. Op basis van jarenlange ervaring op het gebied van technologie, heeft het bedrijf verschillende verbeteringen doorgevoerd in de digitale ervaring: van samenwerkingen op het gebied van stemactivatie en mindset tot nieuwe, verbeterde applicaties gericht op het bijhouden van beweging en het bouwen van communities. De WW-app, gebruikt door miljoenen WW-leden over de hele wereld, krijgt op 4 oktober een update en toont ook zo de nieuwe merkidentiteit. De hierna benoemde updates zullen gefaseerd geïntroduceerd worden vanaf 4 oktober.



WellnessWins

Om gezonde gewoontes aan te moedigen, kondigt WW vandaag WellnessWins aan: het eerste programma in zijn soort dat leden beloont voor kleine, dagelijkse gedragsveranderingen, waarvan bewezen is dat ze leiden tot gezondere gewoontes. Leden ontvangen 'wins' voor het bijhouden van hun maaltijden, beweging en gewicht en voor het bijwonen van WW Wellness Workshops. Wins kunnen worden verzilverd voor producten, diensten en ervaringen die zijn ontworpen om leden te inspireren en te motiveren tijdens hun wellness-traject. Resultaten van een pilot laten zien dat wins leiden tot verhoogde betrokkenheid, tevredenheid en retentie. Het programma is al actief in testversie en is vanaf 4 oktober beschikbaar voor leden in de V.S. Vanaf het eerste kwartaal van 2019 zal het ook in internationale WW-markten ter beschikking komen.

Samenwerking met Headspace

Omdat mindset een essentieel onderdeel is van wellness, is WW een samenwerking aangegaan met Headspace, wereldwijd marktleider in meditatie en mindfulness, om op maat gemaakte content te ontwikkelen voor WW-leden. Een eerste pilot in de V.S. waarbij Headspace in de WW-app is opgenomen leidde tot positieve resultaten. Content van Headspace wordt eerst in het Engels geïntroduceerd en later aangeboden in het Duits en Frans. Het is de eerste keer dat Headspace content creëert in een andere taal dan Engels.

FitPoints

Gebaseerd op de nieuwste wetenschappelijke inzichten, introduceert WW het FitPoints-systeem om de juiste beweging aan te moedigen die de grootste impact heeft op individuele gezondheid. De nieuwe FitPoints worden gepersonaliseerd in de WW-app, op basis van lengte, gewicht, leeftijd en geslacht. Zo weten leden precies tot welke resultaten de bewegingsactiviteiten leiden. Net zoals dat verschillende soort calorieën niet gelijkwaardig zijn, geldt hetzelfde voor beweging: 100 verbrande calorieën door wandelen staat niet gelijk aan 100 verbrande calorieën door gewichtheffen of hardlopen. Daarom moedigt het nieuwe algoritme gebruikers aan om hoge intensiteits- en spiertrainingen in hun bewegingsactiviteiten op te nemen. De update voor FitPoints is vanaf december wereldwijd beschikbaar in de WW-app.

Verbind leden met Connect Groups

WW kondigt bovendien Connect Groups aan: een nieuwe manier om WW's community verder te versterken en betekenisvolle relaties aan te gaan die inspireren tot gezonde gewoontes. De community is een van de krachtigste onderdelen van de WW-ervaring en een belangrijk onderdeel van wellness. Connect Groups zal de community ervaring in de App, welke gemiddeld 1,8 miljoen unieke maandelijkse gebruikers heeft, verdiepen en leden helpen contact te leggen met mensen zoals zij, gebaseerd op:

- Voeding (bijvoorbeeld glutenvrij, vegetarisch, "foodies")
- Levensfase (bijvoorbeeld studenten, jonge moeders, bruiden/bruidegommen, twintigers)
- Wellness-traject (bijvoorbeeld nieuwkomers, onderhouders)
- Beweging (bijvoorbeeld hardlopen, yoga, zwemmen, beginnende sporters)
- Mindset (bijvoorbeeld dankbaarheid, mindfulness, zelfcompassie)
- Hobby's (bijvoorbeeld wandelen, reizen)

Connect Groups is wereldwijd beschikbaar vanaf december.



Focus op gezonde gewoontes

WW zal een focus leggen op gezonde gewoontes voor leden, waardoor het programma toegankelijk wordt voor diegenen die gezonde gewoontes willen creëren zonder zich te concentreren op gewichtsverlies. Deze Leden hebben toegang tot alle tools die WW biedt, waaronder WW-Freestyle om gezondere voedingskeuzes te maken, FitPoints om actiever te worden, de community via Connect Groups, content om een positieve mindset te ontwikkelen en het nieuwe WellnessWins-beloningsprogramma.

Stemintegratie met Amazon Alexa en Google Assistant

WW introduceert momenteel een testversie van stemintegratie met Amazon Alexa en Google Assistant, die het mogelijk maakt voor WW-leden hun stem te gebruiken om:

- Eenvoudig SmartPoints waarden voor voeding op te zoeken
- Dagelijkse updates te krijgen over SmartPoints budget
- Gemakkelijk maaltijden bij te houden
- Snel SmartPoints toe te voegen aan hun tracker (bijvoorbeeld “voeg 5 punten toe aan mijn lunch”)

De introductie in de V.S. staat eind najaar gepland en wordt daarna wereldwijd uitgebreid.

WW-producten

Om wellness op elk vlak na te streven zullen alle WW-producten die direct aan consumenten worden verkocht vanaf januari 2019 geen kunstmatige zoetstoffen, smaakmakers, kleurstoffen en conserveringsmiddelen meer bevatten. Ook op deze manier dragen deze producten de nieuwe merkidentiteit uit en maken hiermee direct de evolutie duidelijk aan de consument.

Nieuwe merkidentiteit en -introductie

De transformatie naar WW bevat een geheel nieuwe merkidentiteit – van logo en kleurenpalet, tot lettertype en fotografijstijl – die tot leven komt in alle contactmomenten met het merk en ervaringen van leden, gedreven door een geheel nieuwe ervaring van de WW-app. Een campagne die het nieuwe merk uitdraagt gaat in december van start en WW Wellness Workshop locaties worden in 2019 vernieuwd.

“We communiceren de nieuwe merkidentiteit op verschillende manieren”, licht Gail Tifford toe, Chief Brand Officer bij WW. “Eén van de meest belangrijke aspecten is onze visuele identiteit. We hebben zowel naar onze huidige als onze toekomstige leden geluisterd en hebben een nieuwe uitstraling gecreëerd die gewaagd, sterk en modern is. Het draagt de rol uit die we willen aannemen om dé partner in wellness te worden, voor iedereen.”

Over WW

WW is een wereldwijd wellness-bedrijf en een wereldwijd toonaangevend commercieel gewichtsmanagementprogramma. We inspireren miljoenen mensen gezonde gewoontes aan te nemen die toepasbaar zijn in het echte leven. Door middel van onze toegewijde digitale ervaring en wellness workshops, volgen leden onze leefbare en duurzame programma's die gezond eten, fysieke activiteit en een positieve mindset omvatten. Met meer dan vijf decennia ervaring in het bouwen van communities en onze vergaande expertise in gedragswetenschappen streven we ernaar wellness voor iedereen toegankelijk te maken. Om meer te weten te komen over WW's aanpak voor een gezond leven, kunt u terecht op ww.com. Voor meer informatie over ons wereldwijde bedrijf kunt u terecht op onze zakelijke website corporate.ww.com.