



19.05.2022 – 07:18 Uhr

WW setzt auf Wohlbefinden: Die Wellbeing Brand inspiriert zu einem gesunden Lebensstil, mit echten Mitgliedern und prominenten Gesichtern



Düsseldorf (ots) -

Für viele ist es täglich spürbar: Körper, Seele und Geist rufen nach mehr Wohlbefinden. Laut einer Studie von WW (WeightWatchers) (1) ist es für 67 Prozent der befragten Deutschen wichtig, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu erhalten. Doch wie sieht der erste Schritt in die richtige Richtung konkret aus? Inzwischen wissen wir, es gibt keinen Königsweg - es sind vielmehr die individuellen Lösungen, die uns helfen. Wie diese aussehen können, zeigt WW.

Mit WW Wohlbefinden finden in allen Lebenslagen

WW steht für das Thema Wohlbefinden und gesunde Gewohnheiten. Den Kern der Marke sowie das aktuelle Bedürfnis der Menschen nach Wohlbefinden greift die neueste Kampagne auf: Echte WW Mitglieder zeigen ihre authentischen Wohlmomente: vom Sprung ins kalte Wasser, über Kochen mit Freunden und gemeinsame Bewegung oder Party feiern. "Bei WW geht es um viel mehr als nur ums Abnehmen", erklärt die Ernährungswissenschaftlerin Sina Peters von WW. "Es geht vielmehr darum, über die Säulen Ernährung, Bewegung, Schlaf und Mindset nachhaltig gesunde Gewohnheiten zu etablieren und das persönliche Wohlbefinden zu stärken. Dazu kann auch gehören, das ein oder andere Kilo leichter zu werden", ergänzt sie.

Dass Wohlbefinden für jeden anders aussehen kann, zeigt der neue [Brand Film](#) der Marke, der Teil der aktuellen Digitalkampagne "#FindeDeinWohlbefinden" ist. WW fungiert darin als Begleiter und Plattform für alle Belange des Wohlbefindens. Von wissenschaftlich fundierter Unterstützung im Bereich Ernährung, vielfältigen Sportangeboten oder entspannende Übungen für Mindset und Schlaf: Die WW App bietet einen ganzheitlichen Ansatz für alle gesundheitsbewussten Menschen, die eine nachhaltige Lebensweise anstreben.

Prominente Gesichter geben persönliche Einblicke und Tipps für gesunden Lebensstil

Weitere Protagonisten der Kampagne sind prominente Gesichter wie der Fotograf Paul Ripke, Moderatorin und Sex-Expertin Paula Lambert sowie Celebrity-Stylistin Serena Goldenbaum. Die Markenbotschafter erzählen, was für sie ein gesunder Lebensstil beinhaltet und wie sie es geschafft haben, mit sich sowie Körper, Seele und Geist im Reinen zu sein.

Paula Lambert setzt sich intensiv mit dem Thema Stressbewältigung auseinander

Paula fühlt sich wohl, wenn sie ihren bewegten Alltag gut bewältigt. Die viel beschäftigte Journalistin und alleinerziehende Mutter freut sich besonders über adäquate Werkzeuge, um ihr tägliches Multitasking besser zu vereinbaren und so gesundheitlichen Schaden zu vermeiden. WW unterstützt sie dabei. Dieses Wissen möchte Paula gerne mit anderen teilen.

Der leidenschaftliche Hobbykoch Paul Ripke präsentiert WW Kochrezepte

Paul liebt es, zu kochen. Wohlbefinden hängt für ihn mit guter Küche und viel Bewegung zusammen. Er entwickelt beispielsweise auf seinem Instagram-Kanal Kochrezepte für WW, die man in der App zum Nachkochen wiederfinden kann. Der Autodidakt und Podcaster zeigt seinen Followern humorvoll, wie er z.B. am Klavier oder beim Goat Yoga abschaltet und lädt sie zu Challenges ein.

Serena Goldenbaum teilt ihre Erfahrungen zu Selbstliebe

Wohlbefinden ist für Serena Selbstliebe. Sie spricht z.B. als Gast im WW Podcast über ihr Lieblingsthema. Die auch als Beauty-Coach tätige Celebrity-Stylistin hat dazu sogar schon ein Buch veröffentlicht. Ihr Wissen wendet sie in erster Linie bei sich selbst an und verdankt ihm ihren einzigartigen Glow. Nichts liebt sie so sehr, wie diesen an andere weiterzugeben.

WW Studie belegt: Die Deutschen wollen ihr Wohlbefinden verbessern

Das [Programm von WW](#) wird stetig nach den Bedürfnissen der Consumer Insights weiterentwickelt und basiert auf den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen aus Ernährungs- und Verhaltenswissenschaft. Denn: 39 Prozent der befragten Deutschen wünschen sich mehr Unterstützung bei der Gesundheitsförderung und Prävention. Die Digitalisierung sowie passende Apps spielen dabei eine führende Rolle. Darüber hinaus wird ein positives Körpergefühl immer wichtiger. So sagen ganze 44 Prozent der deutschen Erwachsenen, dass "die Zahl auf der Waage nicht so wichtig ist, wie das, was ich fühle".

Und 43 Prozent der Befragten lieben ihren Körper - denken aber, dass Abnehmen helfen würde, die Gesundheit zu verbessern. Als die drei wichtigsten Faktoren bei einer Gewichtsabnahme werden genannt: ausreichend und qualitativ hochwertiger Schlaf (2), körperliche Betätigung (3) und gesunde Ernährung (4).

(1) In Zusammenarbeit mit der Consulting Division von Kantar befragte WW (WeightWatchers) vom 16. November bis 1. Dezember 2021 14.506 landesweit repräsentative Teilnehmer im Alter von 18 bis 69 Jahren. Zusätzlich zu den U.S. (n=2.000) wurde die Umfrage weltweit in Australien (n=1.000), Belgien (n=1.001), den Niederlanden (n=1.000), Brasilien (n=1.000), Neuseeland (n=1.000), Kanada (n=1.001), Schweden (n=1.000), Frankreich (n=1.002), der Schweiz (n=1.001), Deutschland (n=1.000), Großbritannien (n=1.001), China (n=500), Südafrika (n=500) und Indien (n=500) durchgeführt.

(2) laut 59 % der Befragten

(3) laut 53 % der Befragten

(4) laut 52 % der Befragten

Pressekontakt:

Simona Spatazza
Senior Communications Manager
Styleheads Gesellschaft für Entertainment Düsseldorf mbH & Co. KG

E-Mail: simona.spatazza@styleheads.de
Tel.: 0211-749679-29

Medieninhalte



WW Digitalkampagne / WW setzt auf Wohlbefinden: Die Wellbeing Brand inspiriert zu einem gesunden Lebensstil, mit echten Mitgliedern und prominenten Gesichtern / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/43545 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057373/100889473> abgerufen werden.