

Weight Watchers Produkte aus dem Supermarkt – Neuer Look und innovatives *ProPoints*[®] Konzept zum Jubiläum

Düsseldorf, Januar 2010. Zum fünften Geburtstag des Weight Watchers Lebensmittelsortiments gibt es noch einen Grund zu feiern: das neue Packungsdesign der über einhundert vielfältigen Weight Watchers Produkte. Im frischen und modernen Look liefern die neu gestalteten Packungen bereits auf einen Blick alle Informationen, die das Abnehmen im Alltag erleichtern. Zudem wurden alle Rezepturen verbessert und auf das neue *ProPoints*[®] Konzept abgestimmt.

Bewusster essen leicht gemacht

Viele Frauen fragen sich täglich, wie sie mit Genuss essen und gleichzeitig ihr Gewicht halten können. Im Zuge der Einführung des innovativen *ProPoints*[®] Plans unterstützt Weight Watchers die Beantwortung dieser Frage jetzt ganz gezielt mit einem neuen Packungsdesign der abwechslungsreichen Produkte aus dem Supermarkt. Denn bereits auf der Vorderseite der Packung sind viele wertvolle Informationen verzeichnet. So ist beispielsweise der neue *ProPoints*[®] Wert plakativ in Szene gesetzt.

Mit dem neuen *ProPoints*[®] Plan greift Weight Watchers aktuelle ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse für ein effektives Gewichtsmanagement auf und übersetzt sie in ein leicht durchführbares Programm, das sich auch im Alltag erfolgreich umsetzen lässt. Dabei trifft der neue Claim *Bewusster essen* genau den Kern des Konzeptes, denn im Mittelpunkt der *ProPoints*[®] Formel steht nicht die losgelöste Kalorienbetrachtung, sondern vielmehr die ideale Kombination der vier wichtigen Nährstoffe Kohlenhydrate, Fett, Eiweiß und Ballaststoffe. Für jeden dieser vier Nährstoffe muss der Körper unterschiedlich viel Energie aufwenden, um ihn zu verwerten. Der neue *ProPoints*[®] Plan berücksichtigt diesen Aspekt und gibt Ernährungsempfehlungen, die sich leicht in den

täglichen Speiseplan integrieren lassen. Zusätzlich wurden zum Start des neuen Konzeptes auch die Rezepturen der Weight Watchers Produkte optimiert und auf das neue Programm abgestimmt.

Attraktiv und informativ – das neue Weight Watchers Packungsdesign

Sofort auf den neu gestalteten Packungen erkennbar sind auch die wichtigsten Produktvorteile der Lebensmittel aus dem Weight Watchers Sortiment. Übersichtlich und leicht verständlich geben sie beispielsweise an, dass Wurst ausschließlich aus magerem Fleisch hergestellt wird oder die frischen Fertiggerichte ganz ohne Geschmacksverstärker zubereitet werden. Das bietet eine schnelle, transparente Orientierung für alle, die bereits beim Einkaufen auf eine ausgewogene Ernährung achten.

Außerdem wurden die Angabe des Fettgehalts sowie die Kalorienangabe im Rahmen der GDA-Richtlinien – also der Referenzwert für die empfohlene Tageszufuhr von Energie und Nährstoffen – weiter verbessert.

Preisgekrönt und einfach lecker!

Beim Abnehmen darf auch der Genuss nicht zu kurz kommen, deshalb achtet Weight Watchers bei der Entwicklung der Produkte besonders auf die Verwendung wertvoller Inhaltsstoffe, wie beispielsweise erlesener Früchte und ausgewähltem Gemüse. Das Ergebnis dieser sorgfältigen Zubereitung ist ein erstklassiger Geschmack, den die Verbraucher immer wieder bei Befragungen durch Marktforschungsinstitute bestätigen. Zusätzlich garantiert das Weight Watchers Qualitätsversprechen den Verzicht auf Geschmacksverstärker, künstliche Aromen und künstliche Süßstoffe. Da ist es kein Wunder, dass die Produkte bereits mehrfach prämiert wurden – zum Beispiel mit dem LifeCare Food Award, einem Gütesiegel für besonders hochwertige und ausgewogene Lebensmittel.

Erfahrung und Innovationskraft

Für die Entwicklung des vielfältigen Lebensmittelsortiments kann Weight Watchers auf vierzig Jahre Erfahrung im Bereich des Ernährungs- und

Gewichtsmanagements zurückgreifen. Über hundert abwechslungsreiche Produkte aus 14 verschiedenen Kategorien machen es leicht, sich im Alltag ausgewogen und lecker zu ernähren – ganz im Sinne des neuen Weight Watchers Claims *Bewusster essen*. Zusätzlich wird das gesamte Sortiment kontinuierlich entsprechend den Verbraucherbedürfnissen aktualisiert. Dabei haben die hohe Qualität und die geschmackvolle Vielfalt der Produkte natürlich größte Priorität.

Die neue Food Range von Weight Watchers (Januar 2010)



Abb. 1 Einkaufskorb / Food Range



Abb. 2 Komposition Food Range 1



Abb. 3 Komposition Food-Range 2



Abb. 4 Verpackungsvorderseite



Abb. 5 Verpackungsrückseite



Qualitätsversprechen:

Weight Watchers verzichtet auf den Zusatz von Geschmacksverstärkern, künstlichen Farbstoffen und künstlichen Süßstoffen.

Abb. 6 Qualitätsversprechen

Alle Bilddateien finden Sie in druckfähiger Auflösung in der Bilddatenbank von Weight Watchers unter www.datenbank-ww.de. Sie können sich dort kostenlos registrieren lassen oder rufen Sie uns an, wir senden Ihnen die Daten auch gerne zu.

Weight Watchers Pressedienst „Food“

The Food Professionals Köhnen AG

Nicole Burggraf

Kohlentreiberweg 4

45549 Sprockhövel

E-Mail: burggraf@food-professionals.de

Tel.: (02339) 9185-343

Fax: (02339) 9185-300