



LG startet Marketing-Kampagne zum Smartphone-Flaggschiff G2

LG startet Marketing-Kampagne zum Smartphone-Flaggschiff G2
Die Marke weiter emotional aufladen
Ratingen, 15. Oktober 2013 - LG Electronics (LG) startet heute eine integrierte Marketing-Kampagne rund um das LG G2, das weltweit erste Smartphone im Rear Key-Design. Bei der Entwicklung des G2 hat LG sich an den menschlichen Bedürfnissen und Einsatzszenarien orientiert. Entsprechend geht die Kampagne konkret auf die Funktionen und Vorteile ein, die das Smartphone den Nutzern im Alltag bietet: Alles ist möglich mit dem richtigen Gerät. Das LG G2 hat nach der weltweit mit viel Aufmerksamkeit verfolgten Produktvorstellung in New York bereits für ein enthusiastisches Medienecho gesorgt und zahlreiche Produktauszeichnungen erhalten. Die Kampagne soll diese Erfolgsgeschichte fortschreiben. Sie integriert Aktivitäten zum Sponsoring von Bayer 04 Leverkusen mit Aktionen in Online- und Print-Kanälen ebenso wie mit Out of Home (OOH)-Platzierungen.
Bei der Entwicklung neuer Produkte richten wir uns am Menschen aus", erklärt Jens Offhaus, Head of Strategic Marketing Mobile Communications bei LG Electronics Deutschland. "Der Nutzen für die Verbraucher steht darum auch im Vordergrund unserer Kampagne. Wir wollen die Konsumenten nicht mit blumigen Aussagen einwickeln, sondern ihnen zeigen, wie unsere Produkte konkret ihr Leben erleichtern und verschönern. Insgesamt müssen wir das Profil von LG bei den Mobilfunkkunden weiter schärfen. Die G2-Kampagne ist ein wichtiger Schritt auf unserem Weg zu einem festen Platz in den Top 3 auf dem Markt."
Das LG G2 ist das aktuelle Spitzenmodell in LGs G-Premiumproduktlinie und steht am Beginn einer Produktoffensive des Unternehmens. Die aktuelle Kampagne rund um das G2 verfolgt das Ziel, kurzfristig die Position als Nummer drei der Smartphone-Anbieter weltweit zu festigen. Mittel- und langfristig strebt das Unternehmen einen Angriff auf den Smartphone-Thron an. Mit einem integrierten Ansatz aus Sport-Sponsoring, Online-Videos und Printwerbung sowie OOH-Präsenz wird die Kampagne den Markenkern um das Leitmotiv "Its All Possible" weiter emotional aufladen. Die Kampagne wurde heute gestartet und läuft bis Dezember. Für Entwicklung und Umsetzung der Online-Aktivitäten arbeitet LG mit Ogilvy & Mather zusammen.
Über LG Electronics Mobile Communications Company
Die LG Electronics Mobile Communications Company ist ein international führender Anbieter und Impulsgeber im Bereich Mobilkommunikation. Mit modernsten Technologien und innovativen Designs gibt LG die Standards im Smartphone-Markt vor und trägt zur Verbesserung des Lifestyles der Konsumenten mit einem rundum verbesserten Smartphone-Erlebnis bei. Als führendes Unternehmen bei 4G LTE-Technologie (Long-Term Evolution) entwickelt LG zukunftsweisende Mobillösungen und erfüllt die Verbrauchernforderungen mit differenzierten LTE-Geräten von höchster Qualität, die alle auf den zahlreichen LTE-Patenten und dem technischen Know-how des Unternehmens basieren.
Über LG Electronics, Inc.
LG Electronics, Inc. (KSE: 066570.KS) ist ein global führender Anbieter und technologischer Impulsgeber in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Mobilkommunikation und Haushaltsgeräte. Mit 113 Niederlassungen auf der ganzen Welt und mehr als 87.000 Mitarbeitern erzielte LG im Geschäftsjahr 2012 einen Konzernumsatz von rund 45 Milliarden US-Dollar. LG besteht aus vier Business Units - Home Entertainment, Mobile Communication, Home Appliances und Air Conditioning - Energy Solutions - und ist einer der international führenden Hersteller von Flachbildfernsehern, Mobilgeräten, Klimageräten, Waschmaschinen und Kühlschränken. Weitere Informationen zu LG Electronics finden Sie unter www.LGnewsroom.com.
Über LG Electronics Deutschland GmbH
Bereits seit 1976 engagiert sich LG auf dem deutschen Markt. Heute beschäftigt die LG Electronics Deutschland GmbH mit Sitz in Ratingen über 330 Mitarbeiter in den Bereichen Home Entertainment, Mobile Communication, Information System Products, Home Appliances, Air Conditioning, Lighting und Solar. Im Geschäftsjahr 2012 erwirtschaftete die deutsche Tochtergesellschaft des Weltkonzerns einen Gesamtumsatz von rund 875 Millionen EUR. 2011 belegte LG Electronics Deutschland den zweiten Platz bei Best Brands - dem deutschen Markenranking (Kategorie Wachstumsmarke). Weitere Informationen finden Sie unter www.lg.com.

Pressekontakt

LG Electronics

40880 Ratingen

michael.wilmes@lge.com

Firmenkontakt

LG Electronics

40880 Ratingen

michael.wilmes@lge.com

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage