

LG unterstützt neue Premiummarke mit weltweiter „LG SIGNATURE in the City“-Kampagne

Weiteres Momentum im Rahmen von LGs aktuellen Launch-Aktivitäten für seine exklusive LG SIGNATURE Serie

Ratingen, 12. September 2016 – Unter dem Leitthema „The Art of Essence“ [Die Kunst des Wesentlichen] startete [LG Electronics](#) (LG) in Europa und Nordamerika eine globale Markenbildungskampagne für seine erste Ultra-Premium-Marke LG SIGNATURE. Die Ausweitung auf weitere Regionen ist geplant. Als besonderes Momentum im Rahmen der Dachkampagne greift das neue „LG SIGNATURE in the City“-Motiv die Idee auf, dass herausragend designte Produkte aus der Unterhaltungselektronik und dem Hausgerätebereich viele Ähnlichkeiten zu spektakulärer Architektur aufweisen.

Als Bestandteil der integrierten Dachkampagne stellt LG mit „LG SIGNATURE in the City“ einen neuen kreativen Spot vor, in dem die künstlerischen Qualitäten von LG SIGNATURE Produkten mit beeindruckenden Architekturwerken in New York, London, Paris und Stuttgart verglichen werden. Die LG SIGNATURE Produkte stehen neben berühmten Sehenswürdigkeiten aus diesen vier Städten und illustrieren so gemeinsam eine Ästhetik und Innovation entlang von Raffinesse und Eleganz.

Die Kampagne beinhaltet auch eine Reihe hochkarätiger Veranstaltungen in größeren Städten auf der ganzen Welt mit dem Ziel, die Markenbekanntheit unter kosmopolitischen Konsumenten zu erhöhen. Sie integriert verschiedenste Kanäle, darunter Funk und Fernsehen, Social Media, Print sowie digitale Medien, und bettet die LG SIGNATURE Produktserie in ein zeitgenössisches, kosmopolitisches Umfeld ein. Den Kampagnenauftritt bildete eine vielbeachtete LG SIGNATURE Kunstinstallation auf der gerade zu Ende gegangenen IFA 2016 in Berlin.

„Dies ist eine der größten Marketing-Kampagnen, die wir in vielen Jahren ins Leben gerufen haben - damit zeigt sich, wie wichtig LG SIGNATURE für unser künftiges Wachstum und unsere Strategie ist“, erklärt Brian Na, Global Marketing Officer bei LG Electronics. „Wir freuen uns und sind sehr zuversichtlich, dass die Marke LG auch

jenseits des Mainstreams im Unterhaltungselektronik- und Hausgeräteumfeld ihre Kraft entwickelt, und ich glaube, für Konsumenten ist eine neue High-End-Marke in diesem Segment hochwillkommen.“

Unter www.LGSIGNATURE.com finden sich alle Informationen zu LGs neuester exklusiver Premiummarke.

Unter folgenden Links finden Sie den Spot zur „LG SIGNATURE in the City“-Kampagne:

Kurzversion (30 Sekunden) - <https://www.youtube.com/watch?v=lvJFXwbEF3A>

Langversion (60 Sekunden) - <https://www.youtube.com/watch?v=Z7uJQvv2VLk>

Weitere Informationen zu LG finden Sie auch auf der [LG Homepage](#) und im [LG Pressecenter](#)

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 125 Niederlassungen auf der ganzen Welt und 77.000 Mitarbeitern erzielte LG im Geschäftsjahr 2015 einen Konzernumsatz von 48,8 Milliarden US-Dollar. LG besteht aus vier Business Units - Home Entertainment, Mobile Communication, Home Appliances & Air Solution und Vehicle Components - und ist einer der international führenden Hersteller von Flachbildfernsehern, Mobilgeräten, Klimageräten, Waschmaschinen und Kühlschränken. LG Electronics ist ENERGY START Partner des Jahres 2016. Weitere Informationen zu LG Electronics finden Sie unter www.LGnewsroom.com

Über LG Electronics Deutschland GmbH

Der koreanische Technologiekonzern LG Electronics ist seit 1976 auf dem deutschen Markt aktiv. Das Unternehmen mit Sitz in Ratingen hat seine Aktivitäten seitdem kontinuierlich ausgebaut und ist aktuell in sieben Geschäftsbereichen tätig: Home Entertainment, Mobile Communications, Information System Products, Home Appliances, Air Conditioning, Lighting und Solar. In den vergangenen Jahren konnte der Innovationstreiber immer wieder Preise und Auszeichnungen für seine richtungsweisenden Produkte entgegennehmen. Wichtige Neuerungen wie flexible Displays oder gebogene Batterien gehen dabei aus der Zusammenarbeit spezialisierter Unternehmen innerhalb der LG-Gruppe hervor. Neuentwicklungen orientieren sich gemäß dem Markenversprechen „Life’s Good“ dabei stets an den Bedürfnissen der Nutzer und dienen nie dem Selbstzweck. Sein Markenversprechen untermauert LG auch durch gesellschaftliches Engagement mit selbst durchgeführten Aktionen oder in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern. Weitere Informationen finden Sie unter www.lg.com.

Bildmaterial und weitere Informationen können bei der Presseagentur angefordert werden.

Kontakt Presse:

LG Electronics
Deutschland GmbH
Kai Thielen
Head of Corporate Marketing
Berliner Str. 93
40880 Ratingen
Tel.: 0 21 02/ 7008 - 340
Fax: 0 21 02/ 7008 - 333
eMail: Kai.Thielen@lge.com

LG-One
Agentur
Martina Brembeck/Anne Klein
Lilienthalstraße 5
82178 Puchheim
Tel.: 089 / 800908 - 23
Fax: 089 / 800908 - 10
eMail: anne.klein@lg-one.com