

LGs Vision von einer Medien- und Unterhaltungsplattform

*Transformation für ein einzigartiges Kundenerlebnis
durch unverwechselbare Dienste und Inhalte*

Eschborn, 20. September 2023 – LG Electronics (LG) hat gestern auf dem webOS Partner Summit 2023 im LG Sciencepark in Seoul, Südkorea, seine neue Vision vorgestellt: Das Elektronikunternehmen möchte seinen Geschäftsschwerpunkt verlagern und eine einzigartige Medien- und Entertainment-Plattform schaffen. Durch Entertainment-Dienste und ausgewählte Inhalte in Produkten wie den LG OLED- und LG QNED-Fernsehern möchte LG das Leben seiner Kunden bereichern. Die neue Ausrichtung und Strategie präsentierte das Unternehmen Content-Produzenten, Anbietern, Entwicklern und Branchenvertretern aus über 30 Ländern, die an der Veranstaltung teilnahmen. LG treibt den Wandel mit einem kundenorientierten Ansatz voran, der in der Vision „Sync to You, Open to All“ zum Ausdruck kommt. Die Vision drückt das Ziel des Unternehmens aus, eine personalisierte User Experience zu schaffen und Produkte zu entwickeln, die für alle zugänglich sind.

Der webOS Partner Summit 2023 ist die erste Veranstaltung dieser Art und bietet LG die perfekte Bühne, um seine neue Vision und den Mehrwert seiner webOS Smart-TV-Plattform zu präsentieren.

„LG ist auf dem besten Weg, sich zu einer Medien- und Unterhaltungsplattform zu entwickeln, die einzigartige Inhalte und Dienste bereitstellt, die das Leben seiner Kunden bereichern“, erklärt Park Hyung-sei, Präsident der LG Home Entertainment Company, auf dem webOS Partner Summit 2023. „Dieser Wandel wäre ohne die jahrzehntelange Führungsrolle von LG bei OLED-TVs und die technologische Innovation der webOS Smart-TV-Plattform nicht möglich.“

Smart TV-Lösung mit umfangreichen Angeboten

Seit der Einführung auf LG Smart TVs im Jahr 2014 ist webOS eine der am weitesten verbreiteten Smart TV-Plattformen der Welt. Neben den 200 Millionen LG-Fernsehern

weltweit unterstützt webOS jetzt auch mehrere TV-Marken von Drittanbietern in verschiedenen Märkten. Für die Zukunft plant LG, webOS auf weitere TV-Drittanbieter auszudehnen und die Plattform auf andere Produktkategorien auszuweiten. Bis zum Jahr 2026 rechnet LG mit über 300 Millionen webOS-betriebenen Geräten.

LG hat seine webOS-Plattform bereits auf eine Reihe von Produktkategorien wie Projektoren, Digital Signage und Infotainment-Systeme in Fahrzeugen ausgeweitet. So können sich Kunden das umfangreiche Angebot des Netzwerks zunutze machen.

Vielfalt in Partnerschaften mit webOS Hub

Darüber hinaus ist die Zahl der Partner-Marken, die webOS Hub – die webOS-Lösung für Drittanbieter-Marken – nutzen, beträchtlich gestiegen. Vor zwei Jahren waren es 20 Anbieter, während es heute schon über 300 sind. In dieser Zeit wurde webOS Hub optimiert und angepasst. Auch das Angebot an Inhalten wurde um Cloud-Gaming und OTT-Dienste erweitert, außerdem kamen neue Funktionen hinzu. Einige der LG-Partner-TV-Marken haben bereits ihre eigenen OLED-Fernseher mit webOS Hub vorgestellt.

Da sich die webOS Smart-TV-Plattform ständig weiterentwickelt, hat LG „PINE Project“ vorgestellt. Dieses ermöglicht einfache Upgrades, um die Benutzeroberfläche und -experience (UX) für Kunden stetig zu verbessern. Damit möglichst viele Nutzer die neueste Version von webOS auf ihren Fernsehern nutzen können, unterstützt LG Upgrades des TV-Betriebssystems und Aktualisierungen über die Plattform – auch für ältere TV-Modelle.

In der neuesten Version von webOS LG können Nutzer einen neu gestalteten Startbildschirm sehen, der die bisher nutzerorientierteste Benutzeroberfläche der Plattform sowie UX bietet. Mit „Full Home“ bietet webOS ein komfortableres Seherlebnis. Die neue Benutzeroberfläche wird auch auf den vorherigen webOS Versionen bis zu webOS 4.5 verfügbar sein. LG plant außerdem die Einführung von „Idle Home“, mit dem Nutzer statt zum Live-TV-Programm direkt zum Home-Bildschirm zurückkehren können, wenn sie eine Anwendung oder ein Programm schließen.

Premium Streaming mit LG Channels 3.0

LG Channels 3.0, der kostenlose Premium-Streaming-Dienst von LG, bietet zudem eine wachsende Auswahl an TV-Serien und eine überarbeitete Nutzeroberfläche. Hier können Nutzer mehr Inhalte, einschließlich Live-Kanälen und Filmen, ohne zu Scrollen auf dem Screen sehen. Mit der neuen Benutzeroberfläche können die User bequem andere Kanäle erkunden, ohne das laufende Programm unterbrechen oder zu einem anderen Kanal navigieren zu müssen.

LG Channels ist in 27 Ländern weltweit verfügbar, bietet derzeit über 3.000 Kanäle und hatte im März 2023 über 50 Millionen Abonnenten. Allein im Jahr 2022 stieg die Anzahl der Geräte, auf denen LG Channels genutzt wurde, um 75 Prozent, während die Sehdauer um 57 Prozent zunahm. Der Dienst gehört zu den fünf am häufigsten genutzten Apps auf der webOS-Plattform.

Investition in die Zukunft des Netzwerks

Im Rahmen seiner Strategie, das Netzwerk seiner webOS-Plattform zu erweitern, hat LG 2021 den US-amerikanischen Spezialisten für Werbe- und Content-Datenanalyse, Alphonso, übernommen. Alphonso hat im vergangenen Jahr Niederlassungen in Großbritannien und Griechenland aufgebaut, um das globale Wachstum seines Content-Service zu beschleunigen.

Zusätzlich hat LG entschieden, eine Billion KRW (Südkoreanischer Won) in sein webOS-Geschäft zu investieren. Zudem sollen mehr Partnerschaften mit Unternehmen entstehen, die internationale Inhalte anbieten. Bisher hat LG im Rahmen neuer Technologien für verschiedene Angebote für Gamer über Sportfans bis zur Gen Z auf der webOS-Plattform mit seinen Partnern zusammengearbeitet. Dazu gehört die Integration von *Sye*, einer Prime Video-eigenen Technologie mit geringer Verzögerung.

Außerdem investiert der Technologiekonzern in Partnerschaften mit akademischen Einrichtungen in Südkorea, um die nächste Generation von Software-Talenten zu fördern und so auch die Entwicklungskapazitäten für Smart-TV-Plattformen zu stärken.

LG-Fernseher bieten darüber hinaus Netflix HDR-Streaming, zudem wurde gerade die Beta-Version für Netflix Games on TV gestartet. Mit der Einführung der Lifestyle-Bildschirme für die Generation Z hat das Unternehmen mit YouTube zusammengearbeitet. Gemeinsam haben sie eine Native Touch UX für die App auf Modellen wie dem StanbyME verfügbar gemacht.

Auch im Bereich Künstliche Intelligenz (KI) plant LG innovative Funktionen wie zum Beispiel Voice User Interface in den Apps von Partnerunternehmen zu integrieren. Diese soll es webOS-Nutzern ermöglichen, Content-Services von Drittanbietern einfach per Stimme zu steuern und zu navigieren.

###

Über LG Electronics, Inc.

LG Electronics, Inc. (KSE: 066570.KS) ist ein global führender Anbieter und technologischer Impulsgeber im Technologie-Bereich. Mit über 75.000 Mitarbeitern weltweit erzielte LG im Geschäftsjahr 2021 einen Konzernumsatz von mehr als 63 Milliarden US-Dollar über die vier Business Units Home Appliances & Air Solutions, Home Entertainment, Vehicle Component Solutions und Business Solutions hinweg. LG zählt zu den international führenden Herstellern von Flachbildfernsehern, Klimageräten, Haushaltsgeräten, Servicerobotern und Automobilkomponenten, sowie von Premium-Produkten der Marke LG SIGNATURE und LG ThinQ®-Produkten mit künstlicher Intelligenz. Weitere Informationen zu LG Electronics finden Sie unter 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 Eschborn bei Frankfurt hat seine Aktivitäten seitdem kontinuierlich ausgebaut und ist aktuell in folgenden Geschäftsbereichen tätig: Home Entertainment, IT Solutions, Home Appliances, Air Solutions und Vehicle Components. In den vergangenen Jahren konnte der Innovationstreiber eine Vielzahl von Preisen und Auszeichnungen für seine richtungweisenden 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 lg.de und presse.lg.de.

Über LG Electronics Home Entertainment

Die LG Home Entertainment Company ist ein Branchenführer bei Fernsehern und Audio-Video-Systemen. Das Unternehmen ist ein weltweit anerkannter Innovator für seine Führungsrolle bei OLED-Fernsehern, die die Premium-TV-Kategorie revolutionieren. LG hat es sich zum Ziel gesetzt, das Leben seiner Kunden mit innovativen Home Entertainment-Produkten zu verbessern, allen voran preisgekrönte OLED-Fernseher und NanoCell-Fernseher mit künstlicher Intelligenz und Soundlösungen, die in Zusammenarbeit mit Meridian Audio entwickelt wurden. Weitere Informationen über LG finden Sie unter LGnewsroom.com.

Kontakt Presse:

LG Electronics Deutschland GmbH
Andreas Urbach
Head of Product Marketing Home Entertainment
Alfred-Herrhausen-Allee 3-5
65760 Eschborn
Tel.: +49 (0) 6196 5821 340
E-Mail: andreas.urbach@lge.com

LG Electronics Deutschland GmbH
Nathalie Schneider
Senior Social Media Manager
Alfred-Herrhausen-Allee 3-5
65760 Eschborn
Tel.: +49 (0) 174 6332592
E-Mail: nathalie.schneider@lge.com

Achtung! Mary GmbH
Leon Sobotka
Straßenbahnring 3
20251 Hamburg
Tel.: +49 (0) 151 74225374
E-Mail: LG_Presse@achtung.de