



## Mittendrin, statt nur dabei: LG im Social Web

### Auf Augenhöhe mit den Konsumenten

Willich, 13. April 2010 – Innovativ, neugierig und offen – diese Attribute machen die Marke LG aus und sie spiegeln sich auch in ihrem Auftritt im Social Web wieder. Als einer der Vorreiter bei der Nutzung von Social Media für Unternehmen im Bereich Consumer Electronics engagiert sich LG schon seit August 2008 auf unterschiedlichen Plattformen im Netz. Aktuell nutzt das Unternehmen den LG Blog (<http://www.lgblog.de>), twitter (<http://twitter.com/LGblog>) und facebook (<http://www.facebook.com/LG>) in der direkten Kommunikation mit den Usern. „So haben wir die Möglichkeit über zahlreiche Kanäle mit den Konsumenten zu interagieren und ihnen exklusive Insiderinformationen auf spielerische Weise zugänglich zu machen“, erklärt Christian Möbus, Online Manager bei der LG Electronics Deutschland GmbH. Das Feedback der Anwender wird an die weltweiten Forschungs- und Entwicklungsteams weitergegeben und in neue Produkte integriert. „Kommunikation in Echtzeit und Offenheit sind dabei essentiell: Das gilt für alle Inhalte, die wir den Usern zu Verfügung stellen und besonders für das Feedback, das wir erhalten und zurückspielen.“

### Ein Unternehmen – viele Kanäle

Der Auftritt des Unternehmens im Netz ist vielseitig und orientiert sich stets an den übergeordneten Zielen im Bereich Social Media: Lebendiger Dialog und Austausch von Mensch zu Mensch auf Augenhöhe. Auf diese Weise können Technik-Experten im LG Blog beispielsweise weniger erfahrene User unterstützen. Über die Kommunikationsplattformen können sich die Anwender nicht nur austauschen und exklusive News zu neuen Produkten abrufen, sondern sie sind auch bei Events wie der CeBIT oder der IFA mit vor Ort oder lernen das Unternehmen durch Interviews mit Führungskräften von innen kennen.



LG Blog



LG facebook-Account



LG twitter-Account

Der Weg in das Social Web hat aber auch dem Marketing des Unternehmens eine Reihe neuer Möglichkeiten eröffnet. Dazu Christian Möbus: „Durch die Erweiterung der Kommunikation können wir mehr Anwender differenzierter ansprechen und Kampagnen ausbauen und verstärken – und das integriert über alle Kommunikationsmaßnahmen und Kanäle hinweg.“ So wird im Moment die aktuelle LG Kampagne „Get Ready for Life’s Good“ ([www.lg.de/getready](http://www.lg.de/getready)) beispielsweise über den LG Blog und facebook gespielt.

### **Über LG Electronics, Inc.**

LG Electronics, Inc., (Koreanische Börse: 06657.KS) gehört zu den weltweit führenden Unternehmen und technologischen Impulsgebern für Elektronik-, Informations- und Kommunikationsprodukte. Der Weltkonzern beschäftigt zurzeit mehr als 84.000 Mitarbeiter in 84 Niederlassungen rund um den Globus. Der Gesamtumsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2008 44,7 Milliarden US-Dollar. LG ist weltweit der größte Hersteller von Mobiltelefonen, Flachbildfernsehern, Klimageräten, Waschmaschinen, optischen Laufwerken, DVD-Playern sowie Heimkinoanlagen. LG Electronics hat eine langfristige Vereinbarung mit der Formel1™ unterzeichnet und ist dadurch „Globaler Partner der Formel1™“ und „Technologie-Partner der Formel1™“. Bestandteil dieser Verbindung sind die exklusiven Nennungen und Marketingrechte für LG als der offizielle Unterhaltungselektronik-, Mobiltelefon- und Datenverarbeitungspartner des globalen Sportereignisses.

Weitere Informationen zu LG Electronics Inc. finden Sie unter [www.lg.com](http://www.lg.com).

### **Über LG Electronics Deutschland GmbH**

Bereits seit 1976 engagiert sich LG auf dem deutschen Markt. Heute beschäftigt die LG Electronics Deutschland GmbH über 280 Mitarbeiter in den Bereichen Home Entertainment, Mobile, Business Solutions, Air Conditioning und Home Appliance. Die deutsche Tochtergesellschaft des Global Players erzielte im Jahr 2008 einen Umsatz von 684,61 Millionen Euro. Im Jahr 2006 erhielt das LG Corporate Design Center die höchste Auszeichnung des red dot design awards: „Designteam des Jahres 2006“.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.lg.de/presse](http://www.lg.de/presse).

Bildmaterial und weitere Infos können bei der Presseagentur angefordert werden:

#### **Kontakt Presse:**

LG Electronics  
Deutschland GmbH  
Nils Seib  
Manager Public Relations  
Jakob-Kaiser-Str. 12  
47877 Willich  
Tel.: 0 21 54 / 492 - 269  
Fax: 0 21 54 / 492 - 111  
eMail: [nils.seib@lge.com](mailto:nils.seib@lge.com)

F&H Public Relations GmbH  
Presseagentur  
Julia Heymann  
Brabanter Str. 4  
80805 München  
Tel.: 0 89 / 12175 - 190  
Fax: 0 89 / 12175 - 197  
eMail: [lge@f-und-h.de](mailto:lge@f-und-h.de)