

LG mit Geschäftsergebnis 2018 zufrieden

LG Electronics (LG) gab heute für das Geschäftsjahr 2018 einen Jahresumsatz von 61,3 Billionen KRW (55,17 Milliarden US-Dollar) bekannt. Damit erzielt das Unternehmen im zweiten Jahr in Folge einen Umsatz von mehr als 60 Billionen KRW. Der Gewinn im Geschäftsjahr 2018 in Höhe von 2,70 Billionen KRW (2,43 Milliarden US-Dollar) erhöhte sich gegenüber 2017 um fast zehn Prozent und beruht auf Rekordgewinnen in den Bereichen Haushaltsgeräte und Home-Entertainment-Produkte.



LG erzielt im Geschäftsjahr 2018 einen Jahresumsatz von rund 55 Milliarden US-Dollar
(Bild: LG)

Der im vierten Quartal 2018 erzielte Umsatz in Höhe von 15,77 Billionen KRW (14,13 Milliarden US-Dollar) lag höher als im dritten Quartal, aber niedriger als im Schlussquartal 2017, was vor allem auf den schwächeren Absatz bei Mobiltelefonen zurückzuführen ist. Hierdurch ging das operative Ergebnis im vierten Quartal auf 75,7 Milliarden KRW (68,13 Millionen US-Dollar) zurück.

Die LG Home Entertainment Company meldete für das gesamte Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 16,21 Billionen KRW (14,589 Milliarden US-Dollar) mit einem Gewinn von 1,52 Billionen KRW (1,368 Milliarden US-Dollar). Der im vierten Quartal 2018 erzielte Umsatz von 4,56 Billionen KRW (4,104 Milliarden US-Dollar) lag um sechs Prozent niedriger als im Vorjahr, aber um 23 Prozent höher als im Vorquartal, was auf die jahreszeitlich bedingte starke Nachfrage zurückgeführt wird. LG plant Zuwächse sowohl beim Umsatz als auch beim Gewinn durch Konzentration auf stärkere Verkäufe von OLED-TV-Produkten und großformatigen UHD-TV-Geräten.

Die LG Mobile Communications Company meldete für das Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 7,98 Billionen KRW (7,182 Milliarden US-Dollar). Im vierten Quartal 2018 lag der Umsatz bei 1,71 Billionen KRW (1,539 Milliarden US-Dollar) und damit um 16 Prozent niedriger als im dritten Quartal. Trotz eines Anstiegs des operativen Verlustes im gesamten Geschäftsjahr auf 790,1 Milliarden KRW (711 Millionen US-Dollar) wurden in der Geschäftsstruktur der Business-Unit Verbesserungen durch optimierte Kontrolle der Materialkosten und mehr Effizienz bei Overhead-Kosten mit der Plattform-Modularisierungsstrategie des Unternehmens erzielt. Für 2019 plant LG im Mobilgeschäft einen verstärkten Vertrieb von 5G-Produkten und Smartphones in verschiedenen Formaten sowie die Konzentration auf Schlüsselmärkte, in denen die Marke LG weiterhin stark positioniert ist.

Weiterführende Links zum Thema

[Kaufberatung Monitore](#)

[Top-10-Bestenlisten](#)

[Monitorsuche - finden Sie das perfekte Display nach Ihren Vorgaben](#)

[Monitorvergleich - vergleichen Sie bis zu 4 Modelle miteinander](#)

[Monitor-Bestseller bei Amazon](#)