

Quartalszahlen: LG erzielt bestes Q1-Ergebnis der Unternehmensgeschichte

- **Der Technologiekonzern erzielte im ersten Quartal 2024 einen konsolidierten Umsatz von 21,09 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 1,33 Billionen KRW**
- **Im Bereich Home Appliance & Air Solution wurde ein neuer Rekordwert für das erste Quartal erreicht**
- **Auch Vehicle Component Solutions wuchs im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres, während im Bereich Business Solutions ein leichter Rückgang stattfand**

Eschborn, 26. April 2024 – LG Electronics Inc. (LG) hat einen konsolidierten Umsatz von 21,09 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 1,33 Billionen KRW für das erste Quartal 2024 bekannt gegeben. Das ist der höchste Gesamtumsatz für ein erstes Quartal in der Unternehmensgeschichte. Mit besonders hohen Einnahmen und zweistelligen Betriebsgewinnmargen im Bereich *Home Appliance* unterstreicht der Technologiekonzern seine internationale Führungsrolle auf dem Markt für Haushaltsgeräte. Auch der Sektor für EV-Komponenten, ein wichtiger Treiber für zukünftiges Wachstum, setzte seine Expansion ungebrochen fort. Gleiches gilt für die Bereiche TV und Business Solutions, die im Vergleich zum Vorquartal jeweils ein Umsatz- und Gewinnwachstum verzeichnen konnten.

Die erfolgreichen Zahlen konnten trotz Herausforderungen durch schwierige makroökonomische Bedingungen wie hohe Rohstoffpreise, volatile Wechselkurse, steigende Zinssätze und verzögerte Nachfrageerholung erreicht werden. Das untermauert die Wirksamkeit der Implementierung nachhaltiger Geschäftsmodelle wie Abonnementdienste und die Nutzung von Wachstumsmöglichkeiten im B2B-Sektor bei LG. Weitere Erfolgsfaktoren waren und bleiben der Einsatz von KI-Technologie, Energieeffizienz, kundenorientiertes Design, vielfältige Produktlinien sowie flexible Preisstrukturen.

LG Home Appliance & Air Solution mit neuem Rekordwert für Q1

Die *LG Home Appliance & Air Solution Business Units* erzielten im ersten Quartal einen Umsatz von 8,6 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 940,3 Milliarden KRW. Das entspricht einem Umsatzanstieg von 7,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und stellt eine neue Bestmarke für das erste Quartal dar. Die Betriebsgewinne erreichten mit einer Gewinnmarge von 10,9 Prozent das zweithöchste Niveau in der Geschichte des Unternehmens und unterstreichen ein weiteres Mal die hohe globale Wettbewerbsfähigkeit von LG. Als innovativer Vorreiter der Branche treibt der Technologiekonzern neue Geschäftsmodelle wie Produktabonnementdienste voran und fördert innovative Konzepte wie beispielsweise die „Affektive Intelligenz“ in Haushaltsgeräten. Darüber hinaus erweitert LG strategisch seine B2B-Ventures, einschließlich HLK- und Einbaulösungen, um zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten zu schaffen.

Die *LG Vehicle Component Solutions Business Unit* meldete für das erste Quartal einen Umsatz von 2,66 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 52 Milliarden KRW. Dies kommt einem jährlichen Umsatzwachstum von 11,5 Prozent gleich. Die Umwandlung von Rückständen in Umsätze schreitet stetig voran. Trotz fortlaufender Investitionen in ausländische Produktionsstätten, um neue Aufträge und die hohe OEM-Nachfrage bedienen zu können, konnte LG eine stabile Rentabilität beibehalten. Bei der EV-Nachfrage wird, wenn auch mit leichter Verlangsamung im Vergleich zur jüngsten Vergangenheit, mit kontinuierlichem Wachstum gerechnet. Um Umsatzwachstum und eine stabile Gewinnbasis zu gewährleisten, hat LG ein ausgewogenes Portfolio entwickelt, das von Infotainment-Systemen im Fahrzeug bis zu Antriebssträngen und Scheinwerfern reicht.

Umsatz im Bereich Home Entertainment wächst zum Vorjahreszeitraum

Die *LG Home Entertainment Business Unit* meldete für das erste Quartal einen Umsatz von 3,49 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 132,2 Milliarden KRW. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 4,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Wichtigster Grund ist die Wiederbelebung der TV-Nachfrage in Europa und der erfolgreiche Start neuer Modelle aus dem 2024er Line-Up. Der positive Betriebsgewinn wurde

durch das webOS-Inhalts-/Dienstgeschäft sowie traditionelle Produktverkäufe unterstützt. Trotz der Herausforderungen wie steigende Preise für LCD-Panels konnte die Rentabilität effektiv gemanagt werden. Für die Zukunft wird eine allmähliche Erholung der TV-Marktnachfrage in der zweiten Jahreshälfte erwartet. Die Strategie konzentriert sich darauf, LGs global führendes Angebot an OLED-TVs und Premium-LCD-QNED-TVs zu nutzen, während die Rentabilität des schnell wachsenden webOS-Plattformgeschäfts kontinuierlich verbessert werden soll.

Die LG Business Solutions Business Unit meldete für das erste Quartal einen Umsatz von 1,57 Billionen KRW. Dies entspricht einem jährlichen Wachstum von 6,5 Prozent und einem Betriebsgewinn von 12,8 Milliarden KRW. Den Start der neuen LG gram Laptops mit integrierter KI nahm der Markt positiv wahr. Darüber hinaus wuchs der Verkauf von kommerziellen Displaylösungen, einschließlich elektronischer Whiteboards und LED-Schildern. Obwohl der Betriebsgewinn vom Vorquartal wieder in den positiven Bereich zurückkehren konnte, gab es im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen leichten Rückgang. Faktoren dafür sind unter anderem steigende Komponentenpreise und ein intensiver Wettbewerb.

Entwicklungen in neuen Geschäftsbereichen sollen Wachstum vorantreiben

In diesem Jahr wird erwartet, dass der gesamte IT-Markt eine ähnliche hohe Nachfrage wie im Vorjahr verzeichnet. Im Segment der kommerziellen Displays sehen Prognosen ein leichtes Wachstum, bei den hochspezifizierten IT-Produkten wie Gaming-Monitoren und LED-Schildern einen Anstieg der Nachfrage vor. LG zielt darauf ab, mit strategischen IT-Produkten, die auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind, eine Führungsposition auf dem Markt einzunehmen, und integriert Gaming-spezifische Funktionen sowie OLED-Displays und Premium-LED-Produkte. Proaktive Entwicklungen in vielversprechende neue Geschäftsbereiche wie Robotik und EV-Ladestationen treiben die Wachstumsaussichten für die Zukunft zusätzlich voran.

###



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 2022 einen Konzernumsatz von mehr als 83,5 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 3,6 Billionen KRW 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 Information Display. In den vergangenen Jahren konnte der Innovationstreiber eine Vielzahl von Preisen 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 lg.de und presse.lg.de.

Die LG Vision

LG Electronics verfolgt das Ziel, Produkte, Dienstleistungen und Maßnahmen für eine nachhaltige Zukunft zu entwickeln. Dies beginnt bereits bei der Forschung und setzt sich über alle Geschäftsbereiche und -prozesse bis zur Unternehmenskultur fort. Bis 2030 will der Technologiekonzern die Treibhausgasemissionen im gesamten Herstellungsprozess komplett reduzieren. Beispielhaft dafür ist der LG Smart Park in Changwon, Südkorea, wo der Energieverbrauch durch das Recycling von Abwärme und den Einsatz von umweltfreundlichen Produktionstechnologien um 30 Prozent gesenkt werden konnte. Zudem setzt LG auf eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft, in der alle zur Verfügung stehenden Ressourcen wiederverwertet werden, um so einen Beitrag für die Umwelt zu leisten. Gemäß dem Markenversprechen „Life's Good“ stehen bei LG die Bedürfnisse der Kunden im Vordergrund, um allen ein komfortables und gutes Leben zu ermöglichen. Als Global Player setzt sich der koreanische Technologiekonzern überall auf der Welt dafür ein, dass Menschenrechte gewahrt und Vielfalt gefördert werden. Das soziale Engagement von LG zielt darauf ab, Projekte zu entwickeln und zu fördern, die es jedem Einzelnen ermöglichen, sich in der Gesellschaft zugehörig zu fühlen und sein Potenzial zu entfalten. In diesem Sinne fördert LG mit seiner ESG-Akademie für Hochscholstudenten kontinuierlich Talente, die sich mit Problemstellungen rund um die Themen Umwelt, Soziales und Governance auseinandersetzen und geeignete Lösungen entwickeln.

Kontakt Presse:

LG Electronics Deutschland GmbH
Nathalie Schneider
Head of Corporate Communications
Alfred-Herrhausen-Allee 3–5
65760 Eschborn
Tel.: +49 (0) 174 6332592
E-Mail: nathalie.schneider@lge.com

Achtung! Mary GmbH
Arzu Lücke
Ratinger Straße 9
40213 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 175 40 35 628
E-Mail: LG_Presse@achtung.de