

Große Panels: Absatz und Umsatz in Quartal zwei gesteigert

Im zweiten Quartal des Jahres wurden 180,8 Millionen LCD-Panel verkauft, elf Prozent mehr als in Quartal eins und sechs Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Laut Displaysearch erzielte die Panelbranche damit einen Umsatz in Höhe von 19,3 Milliarden US-Dollar. Während die Erlöse seit den ersten drei Monaten um elf Prozent gesteigert werden konnten, verbuchte die Industrie in jährlicher Betrachtung einen Verlust von 16 Prozent.

Anwendung/ Absatz	Q2/2010	Q1/2011	Q2/2011	Quartals- Wachstum	Jährliches Wachstum
LCD-Monitore	50,9	49,4	51,0	3,0%	0,0%
Notebooks	48,9	44,0	48,9	11,0%	0,0%
Netbooks	9,1	8,1	9,2	5,0%	1,0%
Tablet-PCs	3,2	8,3	15,6	88,0%	386,0%
LCD-TVs	55,0	49,4	52,7	7,0%	-4,0%
Public Displays	0,4	0,5	0,7	42,0%	54,0%
Andere	2,7	2,8	2,8	1,0%	5,0%
Gesamt	170,2	163,1	180,8	11,0%	6,0%

Absatzzahlen großer Panel im jeweiligen Anwendungsbereich [in Mio.]. (Quelle: Displaysearch)

„Seit mehr als einem Jahr muss die LCD-Branche nun schon mit einem Überangebot fertig werden“, sagt David Hsieh, demzufolge die Talsohle im ersten Quartal erreicht wurde. Trotz einer leichten Preiserhöhung in Quartal zwei haben die Panelproduzenten ihre Wachstumsvorgabe von 18 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal nicht erreicht; zusätzlicher Druck entsteht dadurch, dass schleppende Nachfrage die Panelpreise im dritten Quartal zum Sinken bringt.

Kein Wunder also, dass die meisten TV-Hersteller ihre Prognosen zum Panelbedarf heruntergeschraubt haben, um Kosten zu sparen und die Lagerbestände besser überschauen zu können. Weil die Branche ein Nachlassen der Nachfrage befürchtet, vergrößert sich bei den Preisen für Panel der Verhandlungsspielraum. Sinkt das Preisniveau, wird sich das alsbald auf die Kapazitätsauslastung der Panelhersteller niederschlagen.

Diese Entwicklung könnte die Panelproduzenten davon überzeugen, ihre Absatzziele vorsichtiger zu formulieren - untypisch für die zweite Jahreshälfte, die üblicherweise für Wachstumsbestrebungen steht. Im dritten Quartal streben die Panelhersteller moderates Wachstum von sieben Prozent an; für das letzte Quartal erhoffen sie sich wenigstens Nullwachstum.