

Höhere Verkaufszahlen und sinkende Preise bei Plasma-TVs

Im letzten Jahr wurden laut [DisplayBank](#) mit 12,2 Millionen über 20 Prozent mehr Plasma-Displays ausgeliefert als noch 2006. Im gleichen Zeitraum seien die Gewinne der Hersteller jedoch aufgrund sinkender Verkaufspreise um 14 Prozent auf 4,6 Milliarden Euro gesunken.

Die durchschnittlichen Verkaufspreise seien drastisch um knapp 30 Prozent auf 552 US-Dollar eingebrochen, so die Marktforscher. Begründet wird der Preisverfall mit der plötzlich gesunkenen Nachfrage nach 42- und 50-Zoll-Modellen, die Anfang 2007 noch eine dominierende Rolle im Plasma-Markt eingenommen hätten.



Panasonic ist mit 35 Prozent Marktführer bei Plasma-Panels (Bild: Panasonic)

Im späteren Verlauf des Jahres habe sich die Nachfrage jedoch wieder stabilisiert und im November 2007 seien mit 1,53 Millionen Plasma-TVs so viele Geräte verkauft worden wie noch nie. DisplayBank zufolge wird das Plasma-Segment von Panasonic angeführt, das einen Marktanteil von 35 Prozent besitzt.

Auf den Plätzen 2 und 3 folgen Samsung SDI (27%) und LG Electronics (26%). Während 2006 73 Prozent der verkauften Geräte eine Bild diagonale von 42 Zoll hatten, seien es 2007 „nur“ noch 56 Prozent gewesen.

Einen Sprung aufwärts habe hingegen das 50-Zoll-Segment gemacht, berichtet DisplayBank: Hier hätten 10 Prozent mehr Geräte verkauft werden können, als 2006. Mit 12 Prozent Marktanteil in 2007 sei auch die Beliebtheit von 30-Zoll-Modellen gestiegen.

HD-Ready-Geräte machen derzeit noch den Großteil bei den Plasma-TVs aus: Während 79 Prozent der verkauften Geräte HD-Ready sind, also eine Auflösung von mindestens 1.280 x 768 besitzen, sind nur 9 Prozent FullHD-fähig (1.920 x 1.080). 11 Prozent der verkauften Plasmas besitzen sogar kleinere Auflösungen und sind nicht HD-Ready.