

Panelpreise: LED-TVs werden günstiger, IT-Monitore unverändert

Auch in der zweiten Dezemberhälfte bewegen sich die Preise für TV-Panels nach abwärts, am deutlichsten im LED-Bereich. Keine Bewegung zeigt sich in der Kategorie der Panels für PC- und Notebookmonitore, stellte der Marktforscher Displaysearch fest.

Zwar registrierten einige Monitoranbieter in den USA bessere Absätze als erwartet, doch im Mega-Markt China schwächelte während der letzten Monate die Nachfrage. Hatten die Panelhersteller noch im November ihren Ausstoß erhöht, steht für Dezember Nullwachstum oder leichter Rückgang an. Wegen der Feiertage zum chinesischen Neujahrsfest befürchten manche Monitoranbieter Produktionsrückgänge und decken sich vorsichtshalber mit Displays ein.

Weil die Nachfrageentwicklung, vor allem in China, ungewiss ist, legen so manche OEM-Hersteller von Monitoren sowie Markenanbieter bezüglich ihrer Produktionspläne und Bestandskontrollen Vorsicht an den Tag. Auch das nahende Ende des laufenden Geschäftsjahres hält die OEMs von Großeinkäufen ab, sofern kein Verhandlungsspielraum besteht. Schließlich besteht die Gefahr, die Monitorlager zum Platzen zu bringen, wenn in die Lieferkette eingegliederte Unternehmen zum Überreagieren neigen sollten.

Wie die Black-Friday-Absätze im November gezeigt haben, profitierten manche Markenanbieter von groß angelegten Werbeaktionen, besonders im Segment der TVs mit CCFL-Beleuchtung. Diese Preiselastizität konnten sich bei Weitem nicht alle leisten. Laut Displaysearch haben sich im Rahmen der Preissenkungen vor allem TV-Panels mit großen Bilddiagonalen verkauft, sofern sie bestimmte Preisgrenzen unterschritten. Allgemein tendierten die Konsumenten stärker zum bodenständigen Value-Segment und hielten sich von Premium-Modellen mit ellenlangen Feature-Listen fern. Regelrecht fixiert waren Käufer auf Angebote für Produkte aus der Mittelklasse.

Im Dezember lastet weiterhin Preisdruck auf den TV-Panels, ihre Preise sinken nach wie vor. Um die immer noch zu vollen Lager vor dem Eintreffen neuer Modelle im ersten Quartal 2011 zu leeren, ist der Preisverfall bei LED-beleuchteten Modellen deutlicher als bei ihren CCFL-Pendants. Bei den TV-Herstellern bleibt alles beim Alten: Angesichts minimaler Margen suchen sie Preiszugeständnisse und Kassageschäfte mit strategischen Kunden.