

TV-Markt: neuer Absatzrekord in Q4/10, Samsung bleibt Nr. eins

Mit einem neuen Höchststand schloss der Absatz von Flachbildfernsehern das vierte Quartal 2010. Nachdem die Stückzahlen in Quartal drei krass eingebrochen waren, legten sie weltweit um 15 Prozent auf 77,6 Millionen Geräte zu. Auf Basis des Umsatzerlöses war Samsung am erfolgreichsten: Mit 21,2 Prozent Wertanteil am Weltmarkt und 21,4 Prozent im Flachbild-TV-Bereich konnten die Südkoreaner 2010 ihre Führungsposition halten.

| Technologie | Q4/10 Einheiten | Q4/10 prozent. Anteil | Quartals- Wachstum | jährliches Wachstum |
|-------------------|--------------------|--------------------------|-----------------------|------------------------|
| LCD-TV | 63.506 | 81,8% | 39,0% | 26,0% |
| Plasma-TV | 5.662 | 7,3% | 17,0% | 20,0% |
| OLED-TV | 0.4 | 0,0% | 159,0% | -1,0% |
| CRT-TV | 8.358 | 10,8% | -10,0% | -32,0% |
| Rückpro-TV | 65 | 0,1% | 80,6% | 28,0% |
| Gesamt | 77.592 | 100,0% | 30,0% | 15,0% |

TV-Absatz weltweit nach Technologie [in Tsd. Stück].

(Quelle: Displaysearch)

Auf Platz zwei und drei folgten Sony, der erfolgreichste 3D-LCD-Anbieter, und LG Electronics, danach Panasonic und dichtauf Sharp. Wachstum bei LG und die starke Performance der japanischen Konkurrenz in den heimischen Märkten kosteten den Marktführer im Vergleich zu 2009 einen Punkt. Während Panasonic im letzten Quartal 2010 die meisten (3D-)Plasmas verkaufte, errang Samsung die LCD-Krone: Nach regionaler Betrachtung waren Samsung-LCDs 2010 in den meisten Märkten vorn, nur in Nordamerika setzte Dauerkonkurrent Vizio mehr TVs ab.

Fortgesetzter Preisverfall brachte LED-beleuchtete LCD-TVs einen Marktanteil von 30 Prozent. In Quartal vier verringerte sich der Preisaufschlag gegenüber CCFL-Modellen mit 32-Zoll von 50 auf 40 Prozent. Erstmal seit Jahresbeginn 2010 überholten LCDs das Plasma-Segment, das in Jahresfrist um zwanzig Prozent zulegte. Allerdings zeichnet sich hier eine Verlangsamung ab, weil die Preise für LCDs in bestimmten Schlüsselgrößen wie 42 Zoll inzwischen wettbewerbsfähig sind. Röhrengeräte stehen quartalsweise weiterhin bei etwa 30 Prozent.

„Nach einer verkaufsschwachen, weil preisstabilen Phase im ersten Halbjahr 2010 sind Flachbildgeräte wieder sehr gefragt“, stellte Paul Gagnon fest. Der Nordamerika-Chef für TV-Marktforschung bei Displaysearch erklärte, dass die Preiserosion im Juli ein Vierteljahr gebraucht habe, um die Lieferkette in Richtung Einzelhandel zu durchlaufen.

Beim Bruttoabsatz hängten Japan, Nordamerika und Westeuropa die Schwellenländer im vierten Quartal ab. Die staatliche Ökopunkt-Kampagne bescherte dem japanischen Markt einen Zuwachs um 100 Prozent auf zehn Millionen Apparate. Beim 3D-Anteil kam Japan von Oktober bis Dezember in der 40-Plus-Kategorie teils auf 20

Prozent, wohingegen der Bereich global bei neun Prozent lag.