Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse

Herausgeber: Electrosuisse

Band: 96 (2005)

Heft: 11

Vorwort: Besser verkauft als entwickelt = La vente en avance sur le développement

Autor: Santner, Guido

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

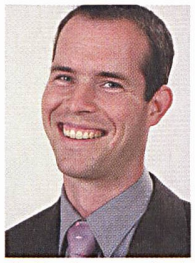
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 30.11.2025

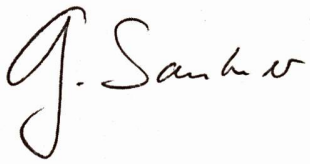
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch



Guido Santner, Redaktor Electrosuisse – rédacteur Electrosuisse

Besser verkauft als entwickelt

Stundenlang konnten die Besucher an der Cebit und der Hannover-Messe den pompösen Ständen entlangschlendern und sich am Abend mit Freibier bedienen lassen. Der Messefrühling klingt mit der Orbit-iEX aus – wer nicht nach Deutschland reisen wollte, kann sich das Neuste in Basel anschauen. Aber Vorsicht, da werden Produkte hochgejubelt, kaum sind sie dem Reissbrett entsprungen. Voice-over-IP steckt noch lange nicht in jedem Telefon, und über Industrial Ethernet liest man vor allem in der Presse, kaum ein Anbieter hat mehr als einige Pilotprojekte. Gerade beim Industrial Ethernet wollen Hersteller wie Siemens, B&R oder Beckhoff ihre Produkte und ihre Technologie ins beste Licht rücken. Wenn dann gewisse Fachzeitschriften eine Technologie als Sieger erküren, so liegt das eher am ganzseitigen Inserat auf der Seite gegenüber. Wer also an einer Messe eine Lösung für ein bestimmtes Projekt sucht, sollte sich bewusst sein, dass die Firmen oft mehr in den Verkauf als in die Entwicklung investieren. Siemens gibt jährlich 5 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung aus, neben 13,5 Milliarden für Marketing, Verkauf und allgemeine Administration (Finanzbericht 2004). ABB forscht und entwickelt für 0,9 Milliarden Dollar und lässt sich Marketing, Verkauf und Administration 3,6 Milliarden kosten. Sind Ingenieure billiger als Verkäufer oder ist den Firmen der Verkauf einfach wichtiger?

La vente en avance sur le développement

Des heures durant, les visiteurs de la Cebit et de la foire de Hanovre pouvaient se promener le long des stands pompeusement parés et savourer le soir une bière gratuite. Le printemps des salons se termine par l'Orbit-iEX et qui n'a pas voulu se rendre en Allemagne peut aller voir à Bâle ce qu'il y a de nouveau. Mais attention: on y vante les mérites de produits à peine sortis de la planche à dessin. Voice-over-IP est encore loin d'être installé dans tous les téléphones, et quant à Industrial Ethernet, c'est surtout la presse qui en parle, il n'est guère de fournisseur disposant de plus de quelques projets pilotes. Pour Industrial Ethernet justement, des fabricants comme Siemens, B&R ou Beckhoff cherchent à mettre leurs produits et leurs technologies sous le meilleur jour possible. Et si certaines revues décernent le premier prix à une technologie, c'est souvent lié à l'annonce pleine page d'à côté. En cherchant à un salon une solution pour un projet donné, il faut bien se dire que les sociétés investissent souvent davantage dans la vente que dans le développement. Siemens dépense chaque année 5 milliards d'Euros pour la recherche et le développement, et 13,5 milliards pour le marketing, la vente et l'administration générale (rapport financier 2004). ABB fait de la recherche et du développement pour 0,9 milliards de dollars et investit 3,6 milliards dans le marketing, la vente et l'administration. Les ingénieurs sont-ils moins chers que les vendeurs ou les sociétés attachent-elles tout simplement plus d'importance à la vente?