

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

Autor(en): **Santner, Guido**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Bulletin.ch : Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von Electrosuisse, VSE = revue spécialisée et informations des associations Electrosuisse, AES**

Band (Jahr): **96 (2005)**

Heft 11

PDF erstellt am: **23.09.2024**

Nutzungsbedingungen

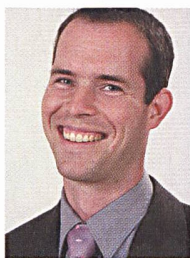
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Guido Santner, Redaktor Electro-suisse – rédacteur Electrosuisse

Besser verkauft als entwickelt

La vente en avance sur le développement

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?

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?

G. Santner