

Editorial ; Notiert = Noté

Autor(en): **Batt, Paul**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association Suisse des Electriciens, de l'Association des Entreprises électriques suisses**

Band (Jahr): **89 (1998)**

Heft 3

PDF erstellt am: **13.09.2024**

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.

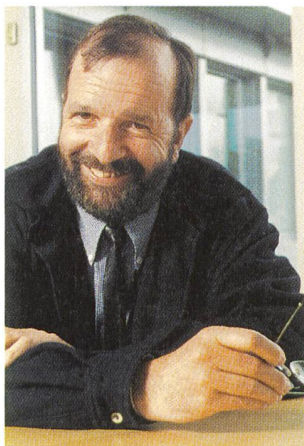
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen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

Editorial



Paul Batt
Redaktor SEV

Gestatten Sie, dass ich Ihnen an dieser Stelle ausnahmsweise ein Märchen erzähle. Es geht so: Es war einmal ein Bäcker, dessen kleiner Laden gerade das Auskommen für ihn und seine Familie erwirtschaftete. Eines Tages kam ein Absolvent der nahegelegenen Betriebswirtschaftsschule vorbei und sagte zum Bäcker: «Deine Betriebskosten sind zu hoch, dein Sortiment muss gestrafft, der Laden schlanker werden.» Er anerkennend, die notwendigen Sanierungsmassnahmen gleich selbst an die Hand zu nehmen. Als Lohn schlug er, wie in Märchen Usanz, die Hand der Bäckerstochter vor. Der Bäcker war einverstanden.

Gesagt, getan. Als erste Massnahme wurde das Sortiment bereinigt. Die zehn umsatzschwächsten Produkte wurden gestrichen. Darunter war aber ein köstlich mundendes Blätterteiggebäck mit einer traumhaften Schokoladefüllung. Viele Kunden waren nur seinetwegen zum etwas abgelegenen Laden des Bäckers gekommen. Als es nicht mehr erhältlich war, blieben auch die dabei getätigten Spontankäufe aus. Die Folge war ein leichter, genereller Umsatzrückgang, der den jungen Betriebswirtschaftler allerdings nicht schreckte.

Er setzte vielmehr bei den Kosten an und schaffte das arbeitsintensive frühmorgendliche Gipfeli-backen ab. Im Zuge einer strategischen Allianz mit der städtischen Brotfabrik wurden tiefgekühlte, vorgebackene Halbfertigprodukte bezogen. Die Einsparungen allein bei der Energie waren eklatant.

Nun muss man wissen, dass die originalselbstgebackenen Gipfeli des Bäckers weitherum berühmt gewesen waren. Allein der Duft hatte Laufkundschaft noch drei Strassen weiter angezogen. Die neue Industriebackware, wiewohl ISO-9000-zertifiziert und hygienisch einwandfrei, schien da nicht mithalten zu können, jedenfalls kam niemand mehr extra nur wegen einem Gipfeli in den Laden. Schliesslich konnte man es in gleicher Qualität auch bequemer (und billiger) in jedem Supermarkt haben. Die Folge war ein weiterer Umsatzrückgang.

Leicht indigniert sprach der bereits zum Verlobten der Bäckerstochter avancierte junge Mann von nicht vorhersehbaren Externalien in Form rational nicht fassbarer Publikumsgeschmäcke, gestand aber die Unumgänglichkeit weiterer Sparmassnahmen ein. Aufgrund des schwindenden Kaufinteresses liess sich eine Kundenbedienungsdeckung von nunmehr noch 84,25 Prozent pro Verkäuferin errechnen, woraus sich die Entlassung einer nachweislich nicht sonderlich effizienten (und anscheinend etwas schwatzhaften) Angestellten gegenüber der Gewerkschaft problemlos rechtfertigen liess.

Dem zweifellosen bilanztechnischen Erfolg dieser Massnahme stand ein gewisser Unmut der verbliebenen Kundschaft gegenüber. Die entlassene Verkäuferin war für ihre Freundlichkeit und Herzlichkeit bekannt gewesen, wie gesagt einem Schwatz hie und da nicht abgeneigt. Die Leute vermissten sie. Zudem bewirkte die Personalverminderung längere Wartezeiten, während prompte, zuvorkommende Bedienung früher ein Anreiz für die Kundschaft gewesen war. All dies reduzierte die Motivation zur Berücksichtigung des Bäckerladens zuungunsten einer vielfältigen Konkurrenz noch mehr.

Der Rest des Märchens ist leider recht schnell erzählt. Es gab eine Reihe weiterer, allesamt ähnlich verlaufender Gewinnoptimierungs-, Spar- und Abspeckmassnahmen, bis sich der Bäcker eines Tages ausserstande sah, sein Geschäft weiterzuführen. Es wurde geschlossen, das Inventar verkauft, die Eingangstüre zugenagelt.

Und die Hochzeit? Auf sie wurde natürlich nicht verzichtet. Schliesslich entsprach das Ende des Bäckerladens ja nur einer unumgänglichen Strukturanpassung, wie alle wussten. Und fraglos hatte der junge Schwiegersohn ja wie abgemacht den Laden nach allen Regeln des heutigen Standes betriebswirtschaftlicher Kunst saniert – oder etwa nicht?

Notiert / note

Unsere Nachbarn wachsen schneller

Im Jahr 1996 schrumpfte das Bruttoinlandprodukt (BIP) der Schweiz um 0,2%. Für 1997 wird hingegen mit einem Realwachstum von 0,5% gerechnet, und in diesem Jahr soll das BIP um 1,8% zunehmen. Wie

die Wirtschaftsförderung (Wf) Zahlen einer Publikation der Schweizerischen Bankgesellschaft entnimmt, ist in unseren Nachbarstaaten ein stärkeres Wirtschaftswachstum festzustellen. In Deutschland betrug

das BIP-Wachstum 1996 1,4%, 1997 werden es 2,4% sein; für 1998 sind 2,6% prognostiziert. In Frankreich sind die entsprechenden Werte 1,3, 2,2 und 2,6%. Aber auch Italien (0,7, 1,1 bzw. 2,3%) und Österreich (1,6, 2,0 bzw. 2,5%) können für 1996 bis 1998 jeweils ein höheres BIP-Wachstum als die Schweiz verzeichnen. Ebenfalls dynamischer als hierzulande ist die Entwicklung in den USA mit Wachstumsraten von 2,4, 3,7 und 2,5%. Deutliche Spuren haben die jüngsten Ereignisse in Japan hinterlassen, dessen BIP-Wachstum 1996 noch 3,6% betrug, wo für die Jahre

1997 und 1998 aber nur noch ein solches von je 1% prognostiziert wird.

Die Sterne stehen «falsch»

Ein neues Programm im Zeiss-Planetarium Longines im Verkehrshaus Luzern wendet sich speziell an Leserinnen und Leser von Zeitungshoroskopen. Umfragen haben ergeben, dass

Beachten Sie das Forum auf der letzten Seite

Editorial

Permettez-moi de vous raconter exceptionnellement un conte: Il était une fois un boulanger dont le petit commerce suffisait tout juste à assurer sa subsistance et celle de sa famille. Un beau jour, un diplômé de l'école d'économie d'entreprise voisine passa chez lui et lui dit: «Tu as trop de frais d'exploitation, il faut resserrer l'assortiment, rendre l'affaire plus svelte.» Et il lui proposa de se charger lui-même des mesures d'assainissement. En récompense, il demanda – comme il est d'usage dans les contes – la main de la fille du boulanger. Ce dernier fut d'accord.

Aussitôt dit, aussitôt fait. Pour commencer, l'assortiment fut apuré, les dix produits réalisant le moins de chiffre d'affaires rayés du programme, entre autre un savoureux feuilleté délicieusement fourré au chocolat. Et bien des clients ne venaient que pour cela au magasin situé un peu à l'écart. Le feuilleté disparu, les achats spontanés disparurent eux aussi. La conséquence en fut une légère baisse générale du chiffre d'affaires qui pourtant n'effrayait guère notre jeune économiste.

Celui-ci s'attaqua plutôt aux frais et décida d'abolir la cuisson matinale des croissants qui représentait un travail considérable. Dans le cadre d'une alliance avec la fabrique de pain municipale, on se mit à acheter des produits semi-finis, précuits et surgelés. Les économies d'énergie, pour ne parler que de celles-là, furent impressionnantes.

Pourtant, les croissants «maison» du boulanger étaient fameux dans toute la région. L'odeur attirait déjà les passants trois rues plus loin. La nouvelle marchandise industrielle, bien que certifiée ISO 9000 et hygiéniquement irréprochable, ce n'était tout simplement pas la même chose, et personne ne venait plus au magasin rien que pour un croissant. Après tout, on pouvait avoir la même qualité plus commodément (et moins cher) à n'importe quel supermarché. A nouveau, le chiffre d'affaires diminua.

Légèrement indigné, le jeune homme, devenu entretemps le fiancé de la fille du boulanger, parlait d'éléments externes imprévisibles sous la forme de tendances de marché rationnellement inquantifiables, tout en reconnaissant que de nouvelles mesures d'économie étaient indispensables. Par suite de la baisse d'intérêt de la part des clients, on ne pouvait plus tabler que sur une couverture de service clientèle de 84,25 pour-cent par vendeuse, ce qui permettait de justifier sans problème, vis-à-vis du syndicat, le licenciement d'une employée assez peu efficace et assez bavarde.

Bilan évident de cette mesure: mécontentement des clients restants; en effet, la vendeuse licenciée était connue pour son amabilité et sa cordialité et, comme déjà dit, n'avait rien contre un brin de causette de temps à autre. Elle manquait aux clients. De plus, la réduction du personnel entraînait des attentes prolongées alors que le service rapide et aimable avait été apprécié. Et tout ceci ne faisait que réduire encore la motivation d'acheter chez le boulanger, au profit d'une vaste concurrence.

Le reste de l'histoire est, malheureusement, vite raconté: les mesures d'optimisation des bénéfices, d'économie et de dégraissage se succédèrent jusqu'au jour où le boulanger se vit dans l'impossibilité de poursuivre son commerce. La boutique fut fermée, l'inventaire vendu, la porte d'entrée clouée...

Et le mariage? Bien sûr qu'il eut lieu! Après tout, tout le monde savait que la fin de la boulangerie n'était qu'une indispensable adaptation structurelle. Et il était hors de doute que le jeune gendre avait assaini la boutique selon toutes les règles de l'économie moderne. Ou bien?

Paul Batt
rédacteur ASE

ein nicht geringer Prozentsatz der Bevölkerung uneingeschränkt an Astrologie glaubt. Nur wenige haben aber jemals davon gehört, dass die der Astrologie zugrundeliegenden Sternbilder astronomischen Realitäten in keiner Weise entsprechen.

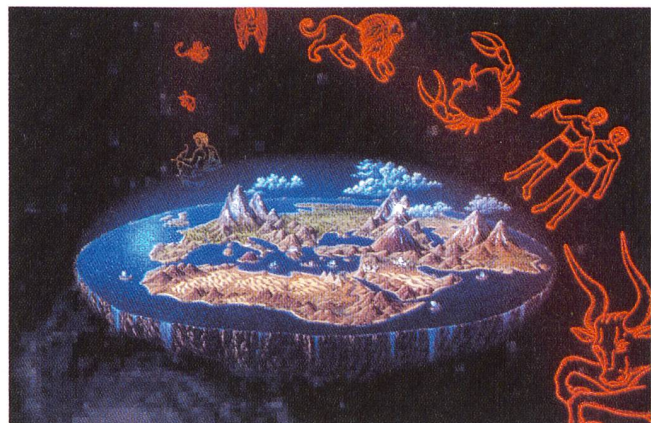
Im Verkehrshaus Luzern wird im neuen Planetariumsprogramm Astrologic Himmelskunde speziell für Horoskopleserinnen und -leser erklärt. Veranschaulicht werden wichtige himmelsmechanische Elemente der Horoskope wie Aszendent, Deszendent, die Häuser, die Wanderung von

Sonne, Mond und Planeten im Tierkreis. Das Programm deckt auf, an welchen Punkten sich die Astrologie von den tatsächlichen astronomischen Gegebenheiten unterscheidet. Ein interessanter Blick in die Geschichte führt zu den Wurzeln der Astrologie und zeigt den dramatischen Wandel unseres Weltbildes auf. Ausserdem wird das Interesse geweckt für die wahrlich atemberaubenden Erkenntnisse, welche moderne astronomische Forschung laufend liefert.

Das Programm für Horoskopleserinnen und -leser wird in deutscher, französischer, ita-

lienischer und englischer Sprache täglich um 13 und 16 Uhr gezeigt. Der Eintritt ist im Preis

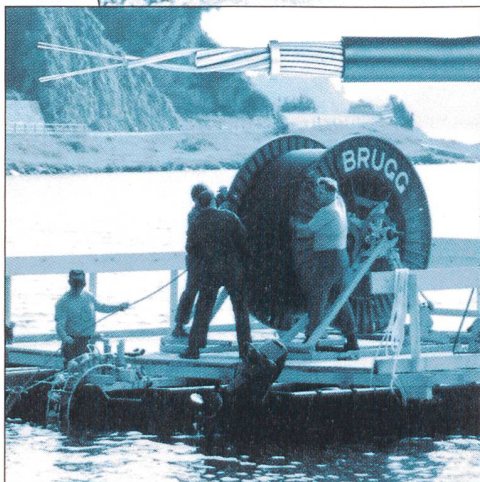
für das Museumsbillett inbegriffen, Reservationen sind nicht möglich.



Himmelsmechanik speziell für Astrologiegläubige im Verkehrshaus Luzern

Spitzenleistungen in der Übertragungstechnik

«Grund»legend sicher



In der Seekabel-Verlegetechnik fühlen sich nicht nur unsere Produkte, sondern auch wir seit Jahrzehnten «Grund»legend sicher. Darum gehören unsere im Wasser installierten Kommunikationskabel heute zu den sichersten Verbindungen. Seekabel müssen Fasern und Leiter besonders gut vor Feuchtigkeit, Korrosion und mechanischen Umwelteinflüssen schützen. Ein Projekt für einen Gebirgssee, mit extremen mechanischen Anforderungen, hat uns auf die Idee gebracht, unsere bewährte Telecomseil-Luftkabeltechnik

auch bei Seekabeln anzuwenden. Das Resultat haben wir zum Patent angemeldet. Die neuen Telecom-Seeseile sind mechanisch äusserst stabil, haben infolge reduziertem Kabel-Durchmesser weniger Gewicht und die Fasern sind dank Edelstahl-Bündeladern optimal gegen Feuchtigkeit geschützt. Und last but not least: Die nur fingerdicken Seeseile sind einfacher und darum auch kostengünstiger zu verlegen. Eine weitere Spitzenleistung in der Übertragungstechnik von Brugg Telecom.

BRUGG

Telecom

Brugg Telecom AG · Nachrichtenkabel und Systeme · 5201 Brugg
Telefon 056 460 31 00 · Fax 056 460 35 31 · <http://www.bruggtc.ch>

Leistung, die verbindet

Dressierte Ratte verlegt Kabel

In den USA macht eine dressierte Ratte namens Rattie Schlagzeilen, seitdem sie in Gebäuden Kabel für Internetzugänge verlegt. Was wie ein Aprilscherz klingt, ist offenbar wahr. Der Hintergrund sind Bemühungen, im landesweiten Projekt «Net Day 2000» möglichst viele Schulen der USA mit dem Internet zu verbinden. Die Verkabelung der Schulhäuser ist nicht etwa Sache des Staates, sondern wird von Elternvereinigungen, Freiwilligen und lokalen Sponsoren vorgenommen. Sie ist in älteren Gebäuden, für die keine Pläne existieren, jedoch oft schwierig. Die Idee, Ratten zum Einziehen der Leitungen einzusetzen, stammt von Dr. Judy Reavis,

einer Radioonkologin aus Kalifornien, die jahrelang mit Versuchstieren im Labor gearbeitet hatte. Als freiwillige Helferin konstruierte sie eine Art Zaumzeug, an dem das Kabel (US Category 5) befestigt wird, und trainierte die Ratte darauf, den kürzestmöglichen Weg durch enge Kabelschächte und Hohlräume der Schulhäuser zu finden. Motiviert wird «Rattie» im wesentlichen durch den Duft von Fressen, das am Ende des Weges wartet. So wurden rund zehn Schulen erfolgreich verkabelt, und bereits wurde mit der Dressur eines zweiten Tieres begonnen. Details über das Projekt und die eingesetzten Tiere finden sich im Internet unter <http://www.judyrat.com>.

Billiges Licht aus Sonnenenergie

In enger Zusammenarbeit mit Industrie und Wirtschaft wurden an der ABB Technikerschule, alleine in der Fachrichtung Energietechnik, zehn Projektstudien (Semesterarbeiten) erstellt. Diese Zusammenarbeit ermöglicht den Studenten den unmittelbaren Einsatz ihres erworbenen Wissens. Über 80% der Projekte werden tatsächlich realisiert.

Speziell erwähnenswert ist das Sunlic-Solarlampen-Projekt. Von der Unternehmensberatung UBK Zofingen erhielt die Schule den Auftrag, eine photovoltaisch gespeiste Solarleuchte mit dem weltbesten Preis/Leistungs-Verhältnis zu projektieren – die Verkaufspreisvorgabe betrug 50 Franken inklusive Solarpanel. Die Lampe soll in Gebieten eingesetzt werden, wo in absehbarer Zukunft kein elektrisches Netz installiert wird, namentlich in Afrika, Südamerika, Australien und Indien.

Von der ABB Technikerschule wurde eine interdisziplinäre Vierergruppe gebildet mit Studenten aus den Fachrichtungen Energie-, Informations- und Konstruktionstechnik. Als erstes wurden sechs Designvorschläge von der Höheren Schule für Gestaltung (HSfG) in Zürich im Projekt-



Die Sunlic-Solarlampe soll in Gebieten ohne elektrische Versorgung eingesetzt werden.

unterricht realisiert und als Modelle präsentiert. Das preisgekrönte Modell wurde weiterbearbeitet.

Die Studenten der ABB Technikerschule entwickelten dafür die Elektronik, die Energieversorgung und die CAD-Konstruktionszeichnungen. Studenten der HTL Brugg-Windisch beschäftigten sich mit der Produktionstechnik und der Logistik grosser Stückzahlen von Solarleuchten. Am Abgabetermin waren sechs funktionstüchtige Solarleuchten, fabriktionsfrisch und leuchtend, komplett mit der Semesterarbeit vorhanden. Die weltweite Marktabklärung wird von der HWV Olten durchgeführt und war Ende 1997 noch im Gange. Die UBK verfolgt das Projekt weiter, und die Firmengründung der Sunlic GmbH wurde in die Wege geleitet.

Rufbusse immer beliebter

Transportsysteme, die nicht nach einem starren Fahrplan verkehren, sondern sich bei Bedarf rasch herbeirufen lassen, werden in der Schweiz immer beliebter. Rufbus, Bedarfsbus, Telebus, Publicar, Bürgerbus, Regionalbus – mit all diesen verschiedenen Bezeichnungen werden in der Schweiz diese Systeme benannt.

Innerhalb der letzten vier Jahre ist ein markanter Zuwachs dieser Angebote festzustellen: Waren es Mitte 1993 noch rund 30 Rufbus-Angebote, so gibt es heute über 100 Angebote, die sich auch auf Seilbahnen, Schiffe und Fähren erstrecken. Insbesondere bei Postauto Schweiz hat die Idee der Rufbusse unter dem Markenzeichen Publicar eine starke Ausbreitung erfahren. Nach ersten Pilotversuchen ab 1995 in den Regionen Oron VD und Frauenfeld TG bestehen seit

Mitte 1997 auch in den Regionen Ajoie und March-Linth Publicar-Angebote. Die wirtschaftliche Seite ist einleuchtend: Ein «richtiges» Postauto kostet rund 450 000 Franken, während ein Minibus für rund 50 000 Franken zu haben ist. Ähnlich sieht der Treibstoffvergleich aus: 39 Liter pro 100 km für das Postauto gegenüber 13 Litern für den Minibus. Da beim Rufbus-System nur dann ein Fahrzeug in Bewegung gesetzt wird, wenn Fahrgäste zu befördern sind, ergeben sich weitere Einsparungen.

Auch drei Seilbahnen bieten gewisse Früh- und Spätfahrten auf entsprechende Voranmeldung an. Die Fähre Tössegg-Buchberg verkehrt zwar am Wochenende gemäss publiziertem Fahrplan, während von Montag bis Freitag eine telefonische Vorbestellung nötig ist.

litra

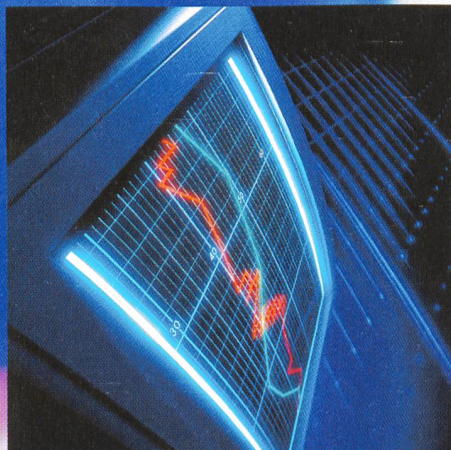
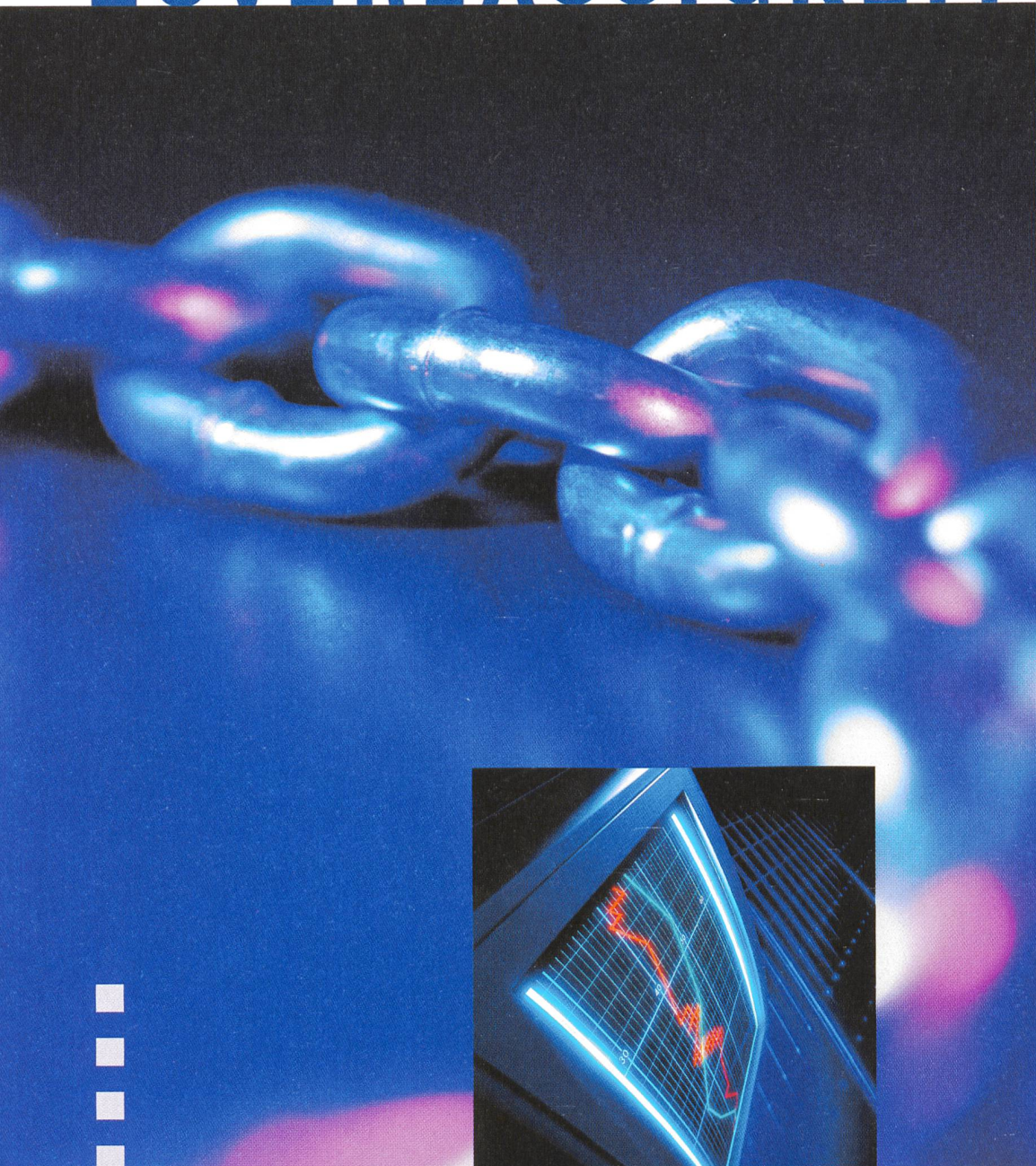
Schweizer Sieger an der Futurist Competition 1997

An der Endausscheidung der Futurist Competition 1997 ist Daniel Dimers, Student der Volkswirtschaft und der Soziologie an der Universität St. Gallen, mit seinem Essay «Die virtuelle Triade – Mensch und Gesellschaft im Zeichen der Virtualität» als einer der Sieger hervorgegangen. Zusammen mit ihm setzten sich Livia Borea aus Italien, Timmo Strohm aus Deutschland und Pauliina Lindberg aus Finnland von den 20 Studenten aus 16 europäischen Ländern und Südafrika durch. Als Preis erhalten die Gewinner jeweils einen einjährigen Studienaufenthalt in den USA an einer Universität freier Wahl. Die Entscheidung traf eine internationale Jury. Die Futurist Competition wird alle zwei Jahre von der Firma Honeywell europaweit durchgeführt.

Möchten Sie Ihre Bulletins SEV/VSE einbinden?

Als Dienstleistung für unsere Leser organisieren wir eine Aktion zum Einbinden des Jahrgangs 1997. Die Kosten betragen Fr. 300.–, inkl. 6,5% MWSt., Porto und Verpackung. Einbanddecken (2teilig) können zum Preis von Fr. 62.40, inkl. 6,5% MWSt., Porto und Verpackung, bezogen werden. Wenn Sie von dieser bis zum 11. März 1998 begrenzten Aktion profitieren möchten, wenden Sie sich an die Redaktion Bulletin SEV/VSE, Luppenstrasse 1, 8320 Fehraltorf, Telefon 01 956 11 57, Fax 01 956 11 54.

ZUVERLÄSSIGKEIT ■ ■ ■ ■ ■



■
■
■
■
■
■
■
**heisst:
installieren
und
vergessen.**



Unsere Rundsteuersysteme sind Komplettlösungen, vom Kommandogerät bis zum Empfänger. Sie beweisen Ihre Zuverlässigkeit und Robustheit seit über 50 Jahren auf allen Kontinenten.

ENERMET