

MerKUR DE LETZEBURGER

Bulletin de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Die Notwendigkeit einer Einkommenspolitik

Die sechziger Jahre bescherten uns ein starkes Wachstum, die siebziger Jahre brachten in allen europäischen Ländern eine grundlegende Ernüchterung und die achtziger Jahre verlangen von uns allen eine Anpassung an die veränderte Wirtschaftslage: während der Wachstumsjahre sicherte das steigende Bruttosozialprodukt allen Bevölkerungsgruppen ein erhöhtes Einkommen, so daß der Kuchen des Wohlstandes ohne größere Probleme verteilt werden konnte.

Heute aber müssen wir uns mittelfristig mit einem stagnierenden, sogar rückläufigen, Bruttosozialprodukt abfinden und unter diesen Umständen verschärft sich natürlich der Kampf der verschiedenen Bevölkerungsgruppen um die Verteilung des Wohlstandes. Bei diesem Tauziehen ist es die Pflicht der Verantwortlichen, zwei Fehlentwicklungen abzuwenden: einerseits besteht die Gefahr, daß die Interessen der wirtschaftlich schwächeren Bevölkerungsgruppen ungenügend berücksichtigt werden und daß eine sozial ungerechte Einkommensverteilung sich vollzieht. Andererseits ist darauf zu achten, daß die nominale Einkommenssteigerung den gesamtwirtschaftlichen Gegebenheiten entspricht und daß somit die Einkommensentwicklung einen Betrag zur Stärkung der Wirtschaft leistet.

In der Praxis bildet sich das Einkommen der einzelnen Volksgruppen aufgrund einer Reihe von geschriebenen und ungeschriebenen Regeln, welche sich im Laufe der Zeit vornehmlich unter dem Einfluß der öffentlichen Instanzen und der Sozialpartner herausgebildet haben. Ziel einer gesunden Einkommenspolitik muß es sein, diese Regeln aus einer Zeit des steigenden Wohlstandes an die Notwendigkeiten einer veränderten Wirtschaftslage anzupassen: genau wie ein Autofahrer sein Fahrverhalten im Winter auf die verschlechterten Witterungsbedingungen abstimmt, muß unser Land auch seine Einkommensentwicklung an die Erfordernisse der wirtschaftlichen und sozialen Lage anpassen.

Zur Zeit zehrt unser Land an den während der fetten Jahre angelegten Reserven. In diesen mageren Jahren können wir jedoch nicht länger über unsere Mittel leben,

so daß wir bei der Einkommensentwicklung maßhalten müssen.

Unser Nachbarstaat Belgien zeigt uns, in welche Richtung eine ausgeglichene Einkommenspolitik führen sollte. Die neue Regierung plant nämlich ein Bündel von Maßnahmen, das von allen Bevölkerungsgruppen ähnlich gelagerte Opfer verlangt und durch eine Stabilisierung der Produktionskosten über eine Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit zu einer Stärkung der wirtschaftlichen Grundlage beitragen dürfte.

Die wirtschaftlichen Probleme sind in unserem Land zwar noch weniger ausgeprägt, aber doch ähnlich gelagert wie in Belgien. Wir sollten uns deshalb vom Beispiel unseres UEBL-Wirtschaftspartners inspirieren und im Einvernehmen zwischen der öffentlichen Hand, den Arbeitnehmern und den Arbeitgebern eine auf die Luxemburger Verhältnisse zugeschnittene für alle Bevölkerungsgruppen tragbare Einkommenspolitik aufstellen.

Aus dem Inhalt

Die Notwendigkeit einer Einkommenspolitik	1
Transports routiers internationaux de voyageurs – Visa des feuilles de route CEE	2
Fortbildungsseminare der Handelskammer - Programm 1982	3-19
Foires et expositions	20
Offres et Demandes	21
Aktion Saubere Umwelt	22
Allègement des charges administratives des petites et moyennes entreprises Transports de marchandises par route Tarifs à fourchettes République Fédérale d'Allemagne – Luxembourg	23

Transports routiers internationaux de voyageurs -

Visa des feuilles de route CEE

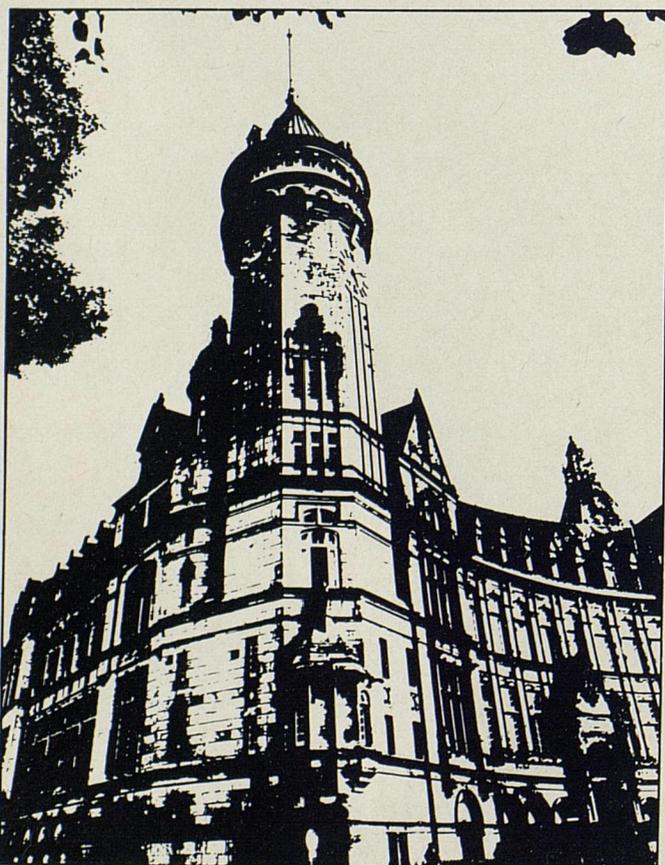
Il est porté à la connaissance des transporteurs concernés que suite aux difficultés récentes concernant l'utilisation des feuilles de route CEE en matière de transports routiers internationaux de voyageurs, le Ministre des Transports de la République Française a donné des instructions aux agents des douanes, afin que soient désormais plus rigoureusement appliquées les dispositions de la réglementation sur la coordination des transports.

En effet, les véhicules doivent être munis d'une feuille de route CEE, **qui doit être obligatoirement visée aux postes douaniers à leur entrée sur le territoire français**, sauf lorsqu'il y a perception de la TVA-transport donnant lieu à déclaration.

La feuille de route CEE doit comporter entre autres indications, la liste nominative de tous les passagers et la description complète et détaillée des itinéraires, y compris les déplacements éventuels durant le voyage en France. **La feuille de route doit être remplie avant sa présentation aux agents des douanes.**

Le visa du document — qui ne doit plus être modifié après apposition du cachet — est indispensable pour assurer l'efficacité des contrôles effectués à l'intérieur du territoire et pour permettre aux transporteurs de justifier, sans difficulté, de la réalité du service assuré.

En outre, il est rappelé que les prescriptions en la matière sont d'application non seulement à l'entrée en France, mais lors du franchissement de la frontière de tous les États membres de CE et même de tous les États faisant partie de la CEMT.



exigez

un service complet
et de qualité
pour toutes
vos opérations
bancaires

**CAISSE
D'ÉPARGNE
DE L'ÉTAT**

LUXEMBOURG BANQUE
DE L'ÉTAT



Fortbildungsseminare der Handelskammer

PROGRAMM 1982

Eine den Bedürfnissen des Betriebes und seiner Mitarbeiter angepaßte Ausbildung und eine darauf aufbauende systematische Fortbildung sind von entscheidender Bedeutung für die Sicherung unserer wirtschaftlichen Zukunft.

Seit sechs Jahren bemüht sich die Handelskammer, in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen Ministerien und den Fachverbänden von Handel und Gastgewerbe, den Klein- und Mittelbetrieben die besten Möglichkeiten für die berufliche Weiterbildung der Unternehmensinhaber und ihres leitenden Personals anzubieten.

Von einem in der Anlaufphase bescheidenen Rahmen ausgehend, ist die Kammer seit 1979 bestrebt, jedes Jahr ein komplettes und breitgefächertes Programm zusammenzustellen. Wie die Zahlen beweisen, erfreuen sich die verschiedenen Seminare und Konferenzen jedesmal eines überdurchschnittlichen Interesses bei den angesprochenen Berufsgruppen, was, einerseits, die gute Wahl der Themen und die Qualität der Vorträge bezeugt, und, andererseits, den großen Fortbildungsbedarf im Zuge der notwendigen Anpassung an die neuen Marktgegebenheiten bestätigt.

Auf den nachfolgenden Seiten wird das Seminar- und Konferenzprogramm für 1982 vorgestellt. Themen, die sich aus der tagtäglichen Aktualität ergeben, wurden neu in den Veranstaltungskalender aufgenommen. Dabei ist hervorzuheben, daß mehrheitlich den ganz- und mehrtägigen Seminaren der Vorzug gegeben wurde, da die verhältnismäßig aufwendigeren Halbtagsseminare die gestellten Erwartungen nicht immer erfüllten. Vor allem wurden die jeweiligen Referenten manchmal zu einer, der Wissensvermittlung abträglichen, schnelleren Gangart gezwungen, wobei außerdem für die Fragestellung nicht immer die nötige Zeit verblieb.

Neben neuen Themen, ist die Wiederholung solcher Veranstaltungen vorgesehen, die, vom Inhalt her, immer aktuell bleiben (z.B. Arbeitsrecht, Lohnbuchführung). Desweiteren werden Seminare wiederholt, für die beim ersten Mal, durch ihre überaus große Resonanz, nicht alle angemeldeten Interessenten Zugang gefunden haben.

Wie üblich wurde das Programm vom zuständigen „Comité de promotion professionnelle pour le commerce et le secteur HORESCA“, dem Herr Francy HIPPERT als Präsident vorsteht, und dem „Service de la formation continue“ der Handelskammer zusammen ausgearbeitet. Dem angesprochenen Leser soll durch diese Veröffentlichung erlaubt werden, die ihn oder seine Mitarbeiter interessierenden Themen vorzumerken.

Zusätzliche Auskünfte erteilt gern die Fortbildungsabteilung der Handelskammer.

Erstes Semester

Lohnbuchführung

- Programm:**
- **Zusammenfassung der wichtigsten arbeits- und sozialrechtlichen Bestimmungen, betreffend die Einstellung und Beschäftigung von Arbeitnehmern:** Arbeitsvertrag, sozialer Mindestlohn, Sonntags-, Feiertags- und Nachtarbeit, Überstunden, Sozialabgaben, usw.
 - **Die Lohnsteuer:** die verschiedenen Einkommensarten, steuerpflichtiges Einkommen, Bruttobezüge, steuerfreie Bezüge, Sonderausgaben, Werbungskosten, gesetzliche Pflichtbeiträge, außergewöhnliche Belastungen, Arbeitnehmerfreibetrag, Lohnsteuertabelle, Lohnsteuerkarte, Lohnsteuerjahresausgleich, usw.
 - In einer anschließenden Diskussion können spezielle Probleme und praktische Fragen von Teilnehmern zur Sprache kommen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Referent: Simone FOLSCHEID, Compagnie Fiduciaire Luxembourg

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: voraussichtlich am 2., 4., 9. und 11. Februar 1982, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Mitarbeiterführung und Betriebsorganisation mit Delegation von Verantwortung

Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern die geschlossene Konzeption einer zeitgemäßen und praktikablen Führung vorzustellen. Die Teilnehmer sollen ferner während des gesamten Seminars die Umsetzung der Vorschläge in die eigene Praxis überprüfen und Für und Wider abwägen können. Am Ende der Veranstaltung soll bei den Teilnehmern ein Urteil über Einsatz und Auswirkungen dieser Führungskonzeption im eigenen Bereich oder (und) im gesamten Unternehmen stehen.

- Programm:**
- Wandel von Menschenführung und Betriebsorganisation.
 - Die bisherigen Leitbilder der Führung im Betrieb.
 - Die Grenzen des Führungsstils.
 - Das neue Bild des Vorgesetzten, bzw. des Mitarbeiters.
 - Die Notwendigkeit einer modernen Führung.
 - Die Delegation von Verantwortung als Führungs- und Organisationsprinzip.
 - Das Wesen der Delegation von Verantwortung.
 - Die erforderlichen Voraussetzungen.
 - Organisationsplan und Führungsgrundsätze.
 - Rechte und Pflichten des Mitarbeiters, bzw. des Vorgesetzten.
 - Das Risiko bei der Übertragung von Verantwortung.
 - Das Problem einer ordnungsgemäßen Kontrolle unternehmensspezifischer Probleme und deren Lösung.
 - Die Auswirkung des Führungsstils auf Betriebsklima und Betriebserfolg.
 - Die zukünftige Entwicklung.

Referent: Dr. Karlfried HANS, Dipl.-Kfm., Ratingen (BRD).

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs und leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Dienstag, den 9. Februar 1982 von 9.00 bis 12.30 Uhr und
von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Mitarbeiterbesprechung als Mittel zur Leistungssteigerung und Kostensenkung im Betrieb

Ziel der Veranstaltung ist es, die Teilnehmer mit einer wichtigen Technik innerbetrieblicher Mitarbeiterführung bekanntzumachen. Aufbauend auf vorhandenen Erfahrungen soll gezeigt werden, wie im Rahmen einer kooperativen, modernen Führung das Wissen und Können der Mitarbeiter nutzbringend und im Interesse des gesamten Unternehmens bei der Entscheidungsfindung herangezogen werden kann. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, die Mitarbeiterbesprechung zeitsparend und effizient selbst zu leiten oder daran teilzunehmen.

- Programm:**
- Mitarbeiterbesprechung als Möglichkeit, Initiative im Mitdenken zu fördern und dem Betrieb nutzbar zu machen.
 - Dienstbesprechung und Mitarbeiterbesprechung.
 - Die Technik der Mitarbeiterbesprechung.
 - Ihre Vorbereitung – ihre häufigen Fehler.
 - Praktische Durchführung.
 - Regeln für die Leiter und die Teilnehmer.
 - Die Motivation der Mitarbeiter.
 - Das Zweiergespräch.
 - Seine Anwendungsgebiete.
 - Auswirkungen von erfolgreich durchgeführten Mitarbeiterbesprechungen.
 - Das Modell der Mitarbeiterbesprechung als praktische Hilfe.

Referent: Dr. Karlfried HANS, Dipl.-Kfm., Ratingen (BRD).

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs und leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Mittwoch, den 10. Februar 1982 von 9.00 bis 12.30 Uhr und
von 14,30 bis 17,30 Uhr.

Insolvenzgefahren rechtzeitig erkennen und beseitigen

Durch die gegenwärtig besonders schwierige Wirtschaftslage wurden in jüngster Zeit zahlreiche Einzelhandelsunternehmen zum Aufgeben gezwungen. Plötzliche Insolvenzen sind jedoch selten, vielmehr kündigen sie sich langfristig durch bestimmte innerbetriebliche Erscheinungen an, die sich erst allmählich existenzbedrohend auswirken. In vielen Fällen sind außerdem nicht allein Mängel im eigenen Unternehmen, sondern auch die nicht erkannten Schwierigkeiten bei den Geschäftspartnern mit verantwortlich für den Zusammenbruch. Eine sorgfältige und rechtzeitige Insolvenzprophylaxe ist deshalb für jedes Unternehmen eine wichtige Voraussetzung zum Überleben.

Programm :

- Die häufigsten Konkursgründe im Klein- und Mittelbetrieb
- Erkennen der möglichen inner- und außerbetrieblichen Gefahren für das Unternehmen
- Maßnahmen für eine umfassende und nachhaltige Absicherung des Unternehmens (Insolvenzprophylaxe).

Referent : Hans-Jürgen WILCKE, Dipl.-Kfm., BBE-Köln.

Hinweis : Die juristischen Aspekte zur Abwendung eines Konkurses und sonstige Besonderheiten des luxemburgischen Rechts im Zusammenhang mit Konkurs- und Vergleichsfragen werden vom Rechtsberater der Handelskammer behandelt.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 800.- F.

Datum : Montag, den 15. Februar 1982, von 9.00 bis 12,30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Wie man an Kunden verkauft und neue Kunden gewinnt

Verkaufstraining für den Großhandel – Grundseminar

Verkaufen heißt letztlich besser sein als der Mitbewerber – aber worin besser ? Bessere Produkte, besseres Sortiment, besserer Kundendienst, bessere Preise als der Mitbewerber ?

Aber was heißt hier schon bessere Preise : höher oder unterbieten ? Besser sein als seine Konkurrenz kann doch nur bedeuten, bessere Verkäufer, Berater und Mitarbeiter zu beschäftigen.

Bessere Mitarbeiter sind betriebswirtschaftlich billigere Mitarbeiter auch wenn sie teuer bezahlt werden, auf jeden Fall sind sie erfolgreichere Verkäufer.

Tun Sie jetzt etwas für Ihre Verkäufer und helfen Sie den Nachwuchskräften, damit sie nicht sich und Ihr Unternehmen gefährden, denn :

„Das Unternehmen hat die Zukunft, das die besseren Verkäufer hat“.

Bei dieser Veranstaltung werden Ihre Nachwuchsverkäufer und Kundenberater unter Einsatz modernster Lehrmittel und Lehrmethoden trainiert. (Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit, Diskussion und Einsatz von echten Verkaufsgesprächen und einer Fernsehanlage).

Programm :

- Die Bedeutung der Persönlichkeit und der Ausstrahlung für den Verkaufserfolg.
- Welche Voraussetzungen erwartet ein Kunde heute von einem guten Verkäufer ?
- Das Anforderungsprofil eines Verkäufers.
- Grundlagen der Verkaufsrhetorik.
- Aufbau und Inhalt eines erfolgreichen Verkaufs- bzw. Beratungsgespräches.
- Fehler, die beim Führen eines Verkaufsgespräches vermieden werden müssen.
- Einführung in die Fragetechnik und praktische Argumentationsübungen.
- Wie lassen sich Zusatzverkäufe am besten forcieren ?
- Zehn praxiserprobte Verkaufstips.
- Erarbeitung einer individuellen Checkliste und eines Maßnahmenkataloges zum Abbau dieser „persönlichen“ Negativbereiche.

Referent : Gerd REHBOCK, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Verkäufer und Kundenberater, sowie Nachwuchskräfte aus allen Bereichen des Großhandels.

Teilnahmegebühr : 1.200,- F.

Datum : Montag, den 8. und Dienstag, den 9. März 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Aktive Werbung am Kaufpunkt

Fachseminar für Schauwerbung

Schauwerbung ist stationär betriebene Werbung, die überwiegend an Kaufpunkten des Einzelhandels stattfindet und zwar in drei Bereichen:

Kaufraum-Werbung, Schaufenster-Werbung und Außen-Werbung.

Während graphische oder akustische Werbung, durch Massenmedien weit gestreut, die Umworbenen dort ansprechen, wo sie sich befinden, ist Schauwerbung auf Publikum angewiesen, das als Passanten oder Kunden in den Wirkungsbereich dieser Werbung kommt.

Während Schauwerbung bei verschiedenen Betriebsformen des Handels eine untergeordnete Rolle spielt, wie im Versandhandel, bei Discounten oder in Supermärkten, wird sie vom Facheinzelhandel, wie von Waren- und Kaufhauskonzernen intensiv betrieben. In Fachgeschäften einzelner Branchen, wie im Textileinzelhandel oder im Uhren- und Schmuck-Fachhandel, aber auch in den Häusern großer Kaufhauskonzerne wird Schauwerbung quantitativ und qualitativ stärker eingesetzt, als in anderen Branchen.

Ganz allgemein ist festzustellen, daß sich Schauwerbung künftig noch intensiver und rationeller einsetzen läßt, als bisher. Schaufensterwerbung ist damit besonders für den Fachhandel eine noch nicht konsequent mobilisierte Erfolgsreserve.

- Programm:**
- Wer wirbt, muß wissen wofür er wirbt!
 - Was der Kaufraum als Werbemittel wert ist.
 - Schauwerbung: Zusammenwirken von Außenwerbung, Schaufensterwerbung und Kaufraumwerbung.
 - Was das Schaufenster als Werbemittel wert ist.
 - Welche Schaufensterräume erfolgreich werben.
 - Mit welchem Passantenverhalten Schaufensterwerbung rechnen muß.
 - Wie Schaufenstergestaltungen Passanten zu Interessenten und diese zu Kunden machen.
 - Licht lockt Leute an und welche Beleuchtung dazu gebraucht wird.
 - Farbe hilft verkaufen und wie die Leute Farben sehen.
 - Tips zur Warenaufmachung und wie man sich praktisch helfen kann.

 - Keine Angst vor Schrift und Text.
 - Wie ein Warenangebot im Schaufenster angeordnet werden muß, damit es gut zur Geltung kommt.
 - Was bei der Gestaltung von Schaufenstern sonst noch beachtet werden muß.
 - Man muß den Leuten am Schaufenster bieten was sie sehen wollen.
 - Auch Passanten müssen Kunden werden.

Referent: Heinz KRUGLER, Werbeberater und Dozent, Gechingen, (BRD).

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Werbeleiter, Verkaufsleiter, Verkäufer, sowie andere für Werbung und Schaufenstergestaltung verantwortliche Mitarbeiter.

Teilnahmegebühr: 1.200.- F.

Datum: Montag, den 1. und Dienstag, den 2. März 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Niederlassungsrecht

Die Ausübung einer selbständigen Tätigkeit wird durch eine Reihe von Gesetzesbestimmungen geregelt. Bevor ein angehender Unternehmer sich im Handel selbständig macht, muß er neben wirtschaftlichen und finanziellen Fragen auch verschiedene juristische Probleme lösen. Dieses Seminar faßt die wichtigsten Gesetzesfragen zusammen, beschreibt die praktischen Behördengänge und erläutert die einzelnen Schritte anhand von praktischen Beispielen.

Programm:

- Die Gesetzgebung über die Handelsermächtigungen.
- Erläuterung einzelner branchenspezifischer Fragen.
- Zusätzliche Genehmigungen und Eintragungen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Teilnehmerkreis: Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr: 500,- F.

Datum: voraussichtlich am 9. und 11. März 1982 jeweils von 20.00 Uhr bis 21.30 Uhr.

Ein heikles Thema : Reklamationen und wie man sie richtig behandelt

Wissen Sie, wieviel Umsatz Sie schon verschenkt haben, weil ein Kunde aufgrund seiner Reklamation durch Ihren Mitarbeiter falsch behandelt wurde ?

Untersuchungen zeigen immer wieder, unberechtigte Beschwerden bzw. Reklamationen gibt es selten !

Denn die Praxis kennt ein anderes Bild : Viele Verkäufer, Verkaufssacharbeiter, Mitarbeiter mit Kundenkontakt vermitteln Ihnen beschwerdeführenden Kunden oft das Gefühl der Falschdarstellung, teilweise bezichtigen sie sie auch der Unkorrektheit.

Meistens bleibt dem Kunden keine andere Wahl, er muß diesen „Standpunkt“ akzeptieren. Vordergründig macht er es auch. Aber mit welcher Folge ? Bei zukünftigen Bedarfsfällen orientiert er sich an diesen in der Vergangenheit liegenden Vorfällen und zeigt ein folgerichtiges Kundenverhalten.

Er kauft dann woanders ein, deckt seinen ganzen oder einen erheblichen Teilbedarf bei einem anderen Lieferanten. Muß das sein ?

Korrekte Reklamationserledigung muß nicht „großzügig“ heißen. Man muß es nur können ! Hier will dieses Seminar helfen. Anhand praktischer Beispiele soll das gesamte Spektrum der Reklamationsbehandlung im persönlichen Gespräch bzw. Telefongespräch behandelt werden.

Ein Seminar für den aufgeschlossenen, aktiven Mitarbeiter, der auch an die Interessen des Unternehmens denkt und der erkannt hat, daß man aufgrund von Reklamationen keine Kunden mehr zu verlieren braucht.

- Programm :**
- Reklamationen und deren Ursachen. Wie verhalten sich die Kunden beim Vortragen ihrer Reklamation ? (Eine Bestandsanalyse)
 - Der Kunde und seine Reklamation – Richtiges Verkäuferverhalten ist erlernbar !
 - Gibt es eine bestimmte Kundengruppe, die bei Reklamationen besonders empfindlich reagiert ?
 - Wie man Reklamationen entgegennimmt und behandelt.
 - Bessere Reklamationsbehandlung durch die Zuku-Methode (= Regeln für die richtige Kundenbehandlung)
 - Was ist zu tun, wenn die Ursache der Reklamation nicht beim Produkt selbst, sondern beim Mitarbeiter liegt.
 - Kleine Kundentypologie – wie man sich bei bestimmten Menschentypen richtiger verhält.
 - Die betriebliche Nachbehandlung einer Reklamation – Lernen Sie, die Ursachen zu beseitigen.
 - Erarbeitung einer individuellen Checkliste zur Reklamationserledigung.
 - Praktische Übungen und Rollenspiele.

Jeder Seminarteilnehmer hat die Möglichkeit, auch seine individuellen betrieblichen Fälle vorzutragen und zu diskutieren. Auf Wunsch werden ihm exemplarische Behandlungswege aufgezeigt.

Referent : Gerd REHBOCK, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Inhaber und Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, z.B. Verkäufer im Innen- und Außendienst, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter von Telefonzentralen, Personen, die Kundenkontakt haben sowie andere Mitarbeiter die mit Reklamationen befaßt werden können (Lager- und Versandwesen, Rechnungswesen etc.)

Teilnahmegebühr : 1.200.- F.

Datum : Donnerstag, den 11. und Freitag, den 12. März 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Staatliche Investitionshilfen für den Groß- und Einzelhandel

- Programm :**
- Rahmengesetz des Mittelstandes.
 - Ausrüstungskredite (SNCI).
 - Steuerliche Investitionshilfen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Referent : Experte der Handelskammer und Mitglied der staatlichen Gutachterkommission.

Teilnehmerkreis : Betriebsinhaber und ihre leitenden Mitarbeiter.

Datum : Montag, den 15. März 1982, von 20.00 Uhr bis 22.00 Uhr.

Chancen und Pflichten des Einzelhandels im Markt von morgen

Es gibt keine traditionsgebundene Betriebsform, keinen zementierten Absatzweg und keine auf Lebenszeit gepachteten Kunden. Alles bleibt ständig im Fluß und zwingt den Unternehmer auf der Handelsebene, die eigene Startposition kritisch zu überprüfen und laufend zu verbessern. Nach der Erkenntnis: „Ein unbequemer Wettbewerb ist nach dem Gesetz noch kein unlauterer Wettbewerb“ muß jeder Inhaber die für den Verbraucher interessanten Geschäftsvorteile überzeugend herausstellen. Das Leistungsdreieck des Fachgeschäftes ist gegenüber Konzernunternehmen, Verbrauchermärkten, Diskonten, Supermärkten usw. ein Erfolgsinstrument. Zugleich gestattet die Flexibilität des Klein- und Mittelbetriebes eine rasche Nutzung zeitbegrenzter Verkaufschancen bzw. ein wendiges Ausweichen bei Krisenerscheinungen. Nicht zuletzt ist eine bessere Kooperation zwischen dem Einzelhandel und den vorgelagerten Großhandels- und Produktionsstufen eine für alle Partner spürbare Umsatzbelegung.

- Programme:**
- Welche Änderungen sind in naher Zukunft zu erwarten?
 - a) von der Verbraucherseite
 - b) auf der Handelsebene
 - c) aus der Produktionsrichtung
 - d) von der Stadtplanung und Siedlungsstruktur.
 - Welche Konsequenzen muß der Handel aus diesen Wandlungen ziehen?
 - Welche Aktionsbereiche muß der Handel zur Festigung der betrieblichen Existenz nutzen?
 - Wie lassen sich betriebsgebundene, standortgerechte und saisonorientierte Betriebsziele entwickeln?
 - Welche 10 Kontrollfragen sollte man zur Prüfung der angestrebten Ziele stellen?
 - Möglichkeiten zur Profilierung des eigenen Geschäftes.
 - Wie muß der Orientierungspaß mit seinen 6 Dispositionsbereichen genutzt werden?
 - Durch welche horizontale und vertikale Partnerschaft läßt sich die eigene Startposition verbessern?
 - Aktionsplan für Sofortmaßnahmen und kurzfristige Betriebsziele.

Referent: Siegfried MENNINGER, Dipl.-Fachberater, Bonn-Bad Godesberg.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, leitende Mitarbeiter, sowie Familienangehörige von Einzelhandelsunternehmen.

Teilnahmegebühr: 800.- F.

Datum: Montag, den 15. März 1982, von 9.00 bis 12.30 Uhr und
von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Wettbewerbsrecht und Preisreglementierung

Im Einzelhandel bildet die Gesetzgebung über den unlauteren Wettbewerb und die Preisbildung den allgemeinen Rahmen, innerhalb dessen der Geschäftsleiter seine Verkaufspolitik bestimmen kann. Anhand von praktischen Beispielen und von verschiedenen Gerichtsurteilen werden in dieser Veranstaltung die einschlägigen Gesetzesbestimmungen erläutert.

- Programm:**
- Reglementierung des unlauteren Wettbewerbs.
 - Gesetzliche Regeln zur Preisfestsetzung.
 - Beispiele aus der Praxis.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Teilnehmerkreis: Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen des Handels.

Diese Veranstaltung ist eine logische Fortsetzung des Seminars über das Niederlassungsrecht und richtet sich somit auch an Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr: 500.- F.

Datum: voraussichtlich am 23. und 25. März 1982, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Die optimale Sicherheit für Ihr Unternehmen

- Kampf dem Ladendiebstahl
- Aufdeckung und Vermeidung von Diebstahl, Betrug und Unterschlagung durch eigene Mitarbeiter
- Raum- und Gebäudesicherung

Nicht alles, wohl aber der größte Teil davon, was am Jahresende in der Inventur fehlt, wurde gestohlen. In nahezu allen Einzelhandelsbranchen haben Diebstähle durch Kunden und Mitarbeiter, aber auch Einbrüche, Beraubungen und sonstige Delikte gegen das Unternehmensvermögen erheblich zugenommen. Teilweise sind die Inventurdifferenzen sogar höher als der verbleibende Gewinn. Trotzdem hat bisher nur ein kleiner Teil der Einzelhandelsunternehmer wirksame und ausreichende Maßnahmen zum Schutz des Eigentums ergriffen.

Im groben Durchschnitt des Einzelhandels sind die von unredlichen Mitarbeitern verursachten Diebstahlverluste ebenso hoch, in Einzelfällen aber erheblich größer als die durch die Kunden verursachten Schäden. Darüber hinaus haben die Mitarbeiter aufgrund besserer Kenntnis des Unternehmens und seiner eventuellen Organisationsmängel bessere Möglichkeiten zu unerkannten Delikten. Durch entsprechende Vorbeugungsmaßnahmen können jedoch viele Deliktmöglichkeiten noch vor ihrer Ausnutzung beseitigt werden.

Auch außerhalb der Geschäftsöffnungszeit und außerhalb der Geschäftsräume drohen dem Unternehmensvermögen vielfältige Gefahren, die aber ebenfalls durch entsprechende sorgfältige Vorbeugungsmaßnahmen erheblich vermindert werden können.

Programm :

Erster Tag : Kampf dem Ladendiebstahl

- Ladendiebstahl als gesellschaftliches Problem, wirtschaftliche Auswirkungen, Täterkreis, Motive usw.
- Rechtsgrundlagen für das Vorgehen gegen Ladendiebe
- Die häufigsten Diebstahltricks
- Aktive Abwehr- und Vorbeugungsmaßnahmen zur Vermeidung von Ladendiebstählen :
diebstahlerschwerende Ladeneinrichtung und Warendarbietung,
organisatorische Möglichkeiten der Warensicherung,
Diebstahltest,
Personalorganisation und Personalschulung.
- Elektronische Warensicherungssysteme (mit Demonstration durch einen Hersteller)
- Zweckmäßiges Verhalten des Unternehmers und seiner Mitarbeiter gegenüber den verschiedenen Tätertypen (z.B. Jugendliche, Wiederholungstäter)
- Organisatorische Abwicklung eines Diebstahlfalles.

Zweiter Tag, vormittags : Aufdeckung und Vermeidung von Diebstahl, Betrug und Unterschlagung durch eigene Mitarbeiter

- Wie schützt man sich vor der Einstellung unredlicher Mitarbeiter ?
- Überwachung der laufenden Mitarbeitertätigkeit
- Sachliche und organisatorische Möglichkeiten der Deliktsvermeidung in den einzelnen Leistungsbereichen (z.B. Einkauf, Verkauf, Kasse, Verwaltung usw.)
- Richtiges Verhalten bei Verdacht oder Aufdeckung von Unregelmäßigkeiten
- Darstellung von Fällen aus der Praxis.

Zweiter Tag, nachmittags : Raum- und Gebäudesicherung

- Auswahl und Umfang notwendiger Sicherungsanlagen
- Zweckmäßige mechanische Sicherungen und elektrische Alarmgeber
- Spezielle Sicherungen für einzelne Gebäudeteile, organisatorische Schutzmaßnahmen zur Vermeidung von Einbrüchen
- Notwendige Maßnahmen nach einem Einbruch
- Sicherung von Geldtransporten zur Bank
- Schutz vor Blitzüberfällen an der Kasse.

Referent : Hans-Jürgen WILCKE, Dipl.-Kfm., BBE-Köln.

Hinweis : Am ersten Tage wird ein Jurist oder ein Vertreter der örtlichen Polizeibehörde auf die Besonderheiten des luxemburgischen Rechts bei der Überführung und strafrechtlichen Verfolgung von Ladendieben eingehen.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs, Überwachungspersonal sowie andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 1.200.- F.

Datum : Montag, den 22. und Dienstag, den 23. März 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Es besteht auch die Möglichkeit sich für nur einen der beiden Seminartage einzuschreiben. Die Teilnahmegebühr beträgt dann 800.- Franken pro Tag.

Die Führungsinstrumente des Einzelhandelskaufmanns

In ständig sich wandelnden Zeitläufen wird es dem Unternehmer immer schwerer gemacht, seinen Betrieb so zu führen, daß er für ihn und seine Familie eine langfristig gesicherte Existenzbasis abgibt. Er braucht deshalb umso dringender ein System zur straffen Planung und Kontrolle des Betriebsgeschehens. Dieses sollte folgende Anforderungen erfüllen : Es dürfen nur wenige, aber effiziente Instrumente sein, um den Unternehmer soweit als möglich für die anderen Führungsaufgaben freizuhalten ; Die Zahlen müssen schnell und sicher zusammengetragen werden können ; Die Kennziffern müssen sich schnell überblicken lassen und unmittelbare Reaktionen ermöglichen. Hier soll ein praktikables und ausgereiftes System vorgestellt werden ;

- Programm :**
- Ziele, die mittels der Führungsinstrumente angesteuert werden ;
 - Der Jahresabschluß des Steuerberaters als Basis des Führungsinstrumentariums ;
 - Der monatliche Abschluß der Buchhaltung zur Kontrolle von Finanzen und Kosten ;
 - Die kurzfristige Erfolgsrechnung nach Warengruppen (KER) zur Beobachtung der Warenbewegung und als Basis für Sortimentsgestaltung und Einkaufsplanung ;
 - Das rationelle Zusammentragen der Daten.

Referent : Wolfgang NEEF, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Oberursel (BRD)

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, sowie leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 1.000.- F.

Datum : Montag, den 26. April 1982, von 9.00 bis 12.30 Uhr und
von 14.30 bis 17.00 Uhr.
Dienstag, den 27. April 1982, von 9.00 bis 12.30 Uhr.

Rationelle Lagerhaltung durch wert- und mengenmäßige Sortimentskontrolle

Wachsende Verbraucheransprüche an Sortimentsbreite und -tiefe auf der einen Seite, hohe Zinsen und Lagerkosten, sowie schnelle modische oder technische Überalterung auf der anderen Seite machen Sortimentspolitik im Einzelhandel zu einer Gratwanderung.

Eine gezielte, kurzfristige Sortimentskontrolle ist daher zwingend erforderlich, um sortimentspolitische Entscheidungen und Dispositionen aufgrund gesicherter Informationen vornehmen zu können.

- Programm :**
- Wertmäßige Sortimentskontrolle mit Hilfe der kurzfristigen Erfolgsrechnung (KER)
 - KER-Verfahren und Rechentechnik
 - Organisatorische Voraussetzungen
 - Erfassung der Grundwerte
 - Maschinelle Datenerfassung und ADV
 - Auswertung und Erfolgskontrolle
 - KER als Basis für die Einkaufsplanung
 - Mengenmäßige Sortimentskontrollen
 - Einkaufsmengenstatistik
 - Verkaufsmengenstatistik
 - Lagerkartei

Das Lernziel dieser Veranstaltung, die als Vortrag mit gesteuerter Diskussion und praktischen Übungen (bitte Taschenrechner mitbringen) geplant ist, ist das Kennenlernen der wichtigsten Sortimentskontrollen und ihrer Anwendungsmöglichkeiten für die Praxis.

Referent : Manfred ABELS, Dipl.-Kfm. Unternehmensberater, Weilerswist (BRD)

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, und leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben

Teilnahmegebühr : 800.- F.

Datum : Montag, den 10. Mai 1982, von 9.00 bis 12,30 Uhr und
von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Betriebswirtschaftliche, personalpolitische und organisatorische Aspekte beim Einsatz von Teilzeitkräften

Abendvortrag

Aus der Praxis vieler Einzelhandelsunternehmen ist bekannt, daß die Beschäftigung von Teilzeitkräften vielfältige Vorteile und Verbesserungen bringen kann, sowohl für das Unternehmen als auch für die Mitarbeiter. Durch eine wissenschaftliche Untersuchung wurde nachgewiesen, daß Unternehmen, die die Zahl ihrer Teilzeitkräfte zu Lasten der Ganztagskräfte erhöhten, bessere Betriebsergebnisse erzielten als der Branchendurchschnitt. Andererseits werden beim Einsatz von Aushilfen und Teilzeitkräften oft Fehler gemacht, oder es kommt zu unvorhergesehenen Schwierigkeiten, die den Beschäftigungserfolg in Frage stellen.

Programm : u.a.

- Praxiserfahrungen mit Teilzeitarbeit
- Systematische Darstellung der Einsatzmöglichkeiten
- Personalbeschaffung
- Kostengesichtspunkte
- Integration der nur zeitweise beschäftigten Mitarbeiter in die Betriebsgemeinschaft (Information, Weiterbildung, psychologisch-soziale Aspekte)

In der anschließenden Diskussion werden auch arbeitsvertragliche, arbeitsrechtliche, sozialversicherungstechnische und steuerliche Fragen, die bei Beschaffung und Einsatz von Teilzeitkräften eine Rolle spielen, von einem Fachmann beantwortet werden.

Referent : Hans-Jürgen WILCKE, Dipl.-Kfm., BBE-Köln.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben.

Datum : Montag, den 24. Mai 1982, von 19.30 bis 22.00 Uhr.

Leistungssteigerung und Gewinnmaximierung im Verkauf

Verkaufstraining für den Großhandel – Aufbau-seminar

Der Kundenkreis, den man gewonnen hat, soll weiterhin psychologisch richtig betreut werden und ökonomisch sinnvoll gepflegt werden, aber wie ? 27 % aller verkäuferischen Mißerfolge gehen auf das Konto der schlechten Organisation oder gar planlosen Arbeit des Verkäufers zurück – kein Zeitplan, kein Kundenplan, kein Tourenplan oder oft sogar kein Verkaufsplan. Der Verkäufer muß seine Methoden ständig einer kritischen Prüfung unterziehen. Wer heute mit Verkaufsmethoden von gestern noch arbeitet, wird morgen nicht mehr dabei sein ! Verkaufen wird immer schwieriger, und auf die Dauer wird es sich kein Unternehmen leisten können, im Verlauf nur durchschnittliche Mitarbeiter zu beschäftigen.

Dieses Seminar ist auch für langjährige und erfahrene Verkäufer im Außendienst gedacht und soll Kenntnisse vermitteln und Fähigkeiten herausbilden, die dem aufgeschlossenen Verkäufer eine wertvolle Hilfe für seine Berufspraxis sind.

Programm :

- Welche Marktveränderungen sind in den nächsten Jahren zu erwarten, und wie bereitet sich ein verantwortungsbewußter Verkäufer am besten vor ?
- Durch welche persönlichen Arbeitstechniken kann man seine Leistung im Verkauf/Außendienst steigern ?
- Kundenstrukturanalyse und Leistungskennziffern – Erstellung einer Checkliste zur Gewinnung neuer Kunden, bzw., Intensivierung bestimmter Altkunden.
- Rhetoriktraining für Außendienstmitarbeiter.
- Fehleranalyse im Verkaufsgespräch. Praktische Möglichkeiten guter Rede- und/oder Verhandlungsführung.
- Gestaltung von Gesprächen und Verhandlungen – Praktisches Stufentraining – Einwand-techniken.
- Ist das Verkaufsgespräch primär ein personen- oder ein sachorientiertes Gespräch ?
- Was verraten nonverbale Signale ? – Ausdrucksmittel und Erkenntnisse der Körpersprache.
- Wie kann man seine Verhandlungsposition in harten Preisgesprächen beibehalten ?
- Erörterung schwieriger Verkaufssituationen aus dem Kreis der Teilnehmer.
- Erarbeitung eines persönlichen Aktionsplanes.
- Rollenspiele und Fallstudien mit anschließender Besprechung.

Referent : Gerd REHBOCK, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Verkäufer, Kundenberater, sowie Nachwuchskräfte von Großhandelsbetrieben, welche das Grundseminar „Wie man an Kunden verkauft und neue Kunden gewinnt“ absolviert haben.

Teilnahmegebühr : 1.600,- F.

Datum : Dienstag, den 25., Mittwoch, den 26. und Donnerstag, den 27. Mai 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Das richtige Verhalten am Telefon – eine bessere Visitenkarte gibt es nicht

Erfolgreiche Kundenpflege am Telefon

Jeder glaubt, er kann richtig telefonieren. Ob er es wirklich kann, darüber macht er sich selten Gedanken. Nur, die Kunden merken es und reagieren entsprechend. Muß es so sein und vor allen Dingen, auch so bleiben?

Ziel dieses Seminars ist es, allen Teilnehmern die Grundlagen des richtigen Verhaltens und Reagierens am Telefon zu vermitteln.

Viele organisatorische, psychologische, rhetorische und verkäuferische Elemente müssen von jedem Mitarbeiter beachtet werden, der über das Telefon Kontakt mit dem Kunden bekommt.

Das Verhalten der Mitarbeiter am Telefon prägt das Image des Unternehmens in entscheidender Weise mit.

- Programm :**
- Der erste Eindruck ist entscheidend – Welches Bild ergibt sich daraus für den Kunden?
 - Entspricht Ihre Sprech- und Redetechnik den notwendigen Anforderungen des Telefondienstes?
 - Das richtige Verhalten am Telefon :
 - Gesprächsvorbereitung – worauf muß man achten?
 - Wie lassen sich Verständigungsschwierigkeiten vermeiden?
 - Worauf sollte man bei einer korrekten Gesprächsunterbrechung achten?
 - Richtige Gesprächsführung am Telefon
 - Was erwartet der Anrufer?
 - Wann sollte man einen Rückruf zusagen?
 - Externe und interne Gespräche – wie werden sie richtig behandelt?
 - Die häufigsten Fehlerquellen beim Telefonieren – Wie lassen sie sich vermeiden?
 - Das richtige Verhalten im Umgang mit schwierigen Kunden ist erlernbar.
 - Erstellung eines Merkmal-Kataloges bzw. eines Gesprächsleitfadens für den praktischen Alltag.
 - Praktische Übungen

Referent : Gerd REHBOCK, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Inhaber und Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, die häufig telefonieren, insbesondere Außendienstmitarbeiter, Verkaufssachbearbeiter sowie Mitarbeiter von Telefonzentralen.

Teilnahmegebühr : 1.200.- F.

Datum : Donnerstag, den 10. und Freitag, den 11. Juni 1982 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

<p>COMPTABILITÉ GÉNÉRALE DE LUXEMBOURG</p> <p>TOUS LES SERVICES D'UNE FIDUCIAIRE COMPÉTENTE ET AVANCÉE</p>		<p>TRANS WORLD BUSINESS AND TRUST COMPANY OF LUXEMBOURG</p> <p>UNE ORGANISATION MONDIALE POUR L'EXÉCUTION DE TOUTES OPÉRATIONS COMMERCIALES, CIVILES, FINANCIÈRES</p>
<p><i>Registre de Commerce de Luxembourg :</i> A-26425</p>	<p><i>Renseignements :</i> Mme Josette MULLER, Dir. Admin.</p>	
<p>Téléphone : 2 02 98 (5 lignes) 47 41 64 (5 lignes)</p>	<p>Bureaux : 82, avenue Victor Hugo LUXEMBOURG</p>	<p>Télex : 1856 TOSON LU</p>

Zweites Semester

Kaufkraft binden, Umsätze steigern durch gemeinsame Aufwertung des lokalen Marktes

Im heutigen Spannungsfeld von Angebot und Nachfrage sind Großstädte, Einkaufszentren und Verbrauchermärkte auf der grünen Wiese gefährliche Magneten für die Kundenabwanderung geworden. Bindung der heimischen Kaufkraft und zusätzliche Verbraucheranziehung sind vordringliche Aufgaben für Klein- und Mittelstädte sowie Geschäfte an der Peripherie. In dieser Richtung sind Gemeinschaftsaktionen echte Selbsthilfemaßnahmen zur wirtschaftlichen Aufwertung des lokalen Marktes.

- Programm :**
- Die Situations- und Standortanalyse als Voraussetzung für eine lokal- und zeitgerechte Planung.
 - In welchen 4 Bereichen muß eine systematische Planung erfolgen ?
 - Möglichkeiten der Teamarbeit sowie die präzise Verteilung von anfallenden Arbeiten.
 - Wie und wodurch sichert man eine materielle und finanzielle Unterstützung der Stadtverwaltung ?
 - Was muß man bei der erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Lokalpresse beachten ?
 - Welche personellen, sachlichen und organisatorischen Voraussetzungen sind bei Gemeinschaftsaktionen zu beachten ?
 - Möglichkeiten der Erfolgskontrolle.
 - Was kann der einzelne Kaufmann zur Aktivierung von Gemeinschaftsaktionen tun ?

Der Referent wird die örtlichen und zeitlichen Probleme der Teilnehmer als Praxisfälle in sein Referat einbeziehen. Bringen Sie Anzeigen, Plakate, Fotos usw. von durchgeführten oder geplanten Aktionen mit.

- Referent :** Siegfried MENNINGER, Dipl.-Fachberater, Bonn Bad-Godesberg.
- Teilnehmerkreis :** Inhaber, Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsunternehmen.
- Teilnahmegebühr :** 800.- F.
- Datum :** Montag, den 27. September 1982, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Lohnbuchführung

- Programm :**
- **Zusammenfassung der wichtigsten arbeits- und sozialrechtlichen Bestimmungen, betreffend die Einstellung und Beschäftigung von Arbeitnehmern:** Arbeitsvertrag, sozialer Mindestlohn, Sonntags-, Feiertags- und Nachtarbeit, Überstunden, Sozialabgaben, usw.
 - **Die Lohnsteuer:** die verschiedenen Einkommensarten, steuerpflichtiges Einkommen, Bruttobezüge, steuerfreie Bezüge, Sonderausgaben, Werbungskosten, gesetzliche Pflichtbeiträge, außergewöhnliche Belastungen, Arbeitnehmerfreibetrag, Lohnsteuertabelle, Lohnsteuerkarte, Lohnsteuerjahresausgleich, usw.
 - In einer anschließenden Diskussion können spezielle Probleme und praktische Fragen von Teilnehmern zur Sprache kommen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

- Referent :** Simone FOLSCHEID, Compagnie Fiduciaire Luxembourg
- Teilnahmegebühr :** 800,- F.
- Datum :** voraussichtlich am 28. und 30. September, 5. und 7. Oktober 1982, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Seminarveranstaltungen für Gastwirte, Hotel- und Gaststättenbesitzer

Wie schon 1980 und 1981 veranstaltet die Handelskammer auch im Oktober 1982, eine Seminarreihe zu aktuellen Themen, die in enger Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der „HORESCA“ ausgewählt wurden.

Jede Veranstaltung beschäftigt sich mit einem spezifischen Problem der einen oder anderen Berufsgruppe.

DIE BESTIMMUNGEN DES SCHANKWIRTSCHAFTSGESETZES

Am Montag, den 4. Oktober 1982 von 15.00 bis 17.00 Uhr

Teilnahmegebühr : 300.- F.

STAATLICHE INVESTITIONSHILFEN FÜR DAS HOTEL- UND GASTSTÄTTENGEWERBE

Am Montag, den 11. Oktober 1982 von 15.00 bis 17.00 Uhr

DAS ARBEITSRECHT IM HOTEL- UND GASTSTÄTTENGEWERBE

Am Montag, den 18. und Mittwoch, den 20. Oktober 1982 jeweils von 15.00 bis 18.00 Uhr

Teilnahmegebühr : 750.- F.

Praktische Personalführung, moderne Mitarbeiterführung – auch im Hotel- und Gaststättengewerbe

Moderne Mitarbeiterführung ist das Schlüsselwort für mehr Leistung und erhöhten Einsatz. Nicht nur das eigene Verhalten, sondern auch das Verhalten der Mitarbeiter wird sehr stark von bestimmten psychologischen Zusammenhängen beeinflusst, mit teilweise enormen Auswirkungen auf die Leistungsbereitschaft des einzelnen Mitarbeiters.

Gerade diese Unkenntnis oder die Mißachtung dieser Zusammenhänge führt viel zu oft zu folgenschweren Führungsfehlern sowohl in der Behandlung als auch in der Führung der unterstellten Mitarbeiter.

Absicht dieses Seminars ist es, den Teilnehmern die Hintergründe und Zusammenhänge aufzuzeigen und den Weg zu weisen, wie die Mitarbeiter unternehmens- und leistungsorientierter eingesetzt und geführt werden können.

Programm :

- Grundlagen und Probleme gegenwärtiger Personalführung im Hotel- und Gaststättengewerbe (Situationsanalyse)
- Richtig führen, aber wie ?
 - Die Führungsaufgaben des Vorgesetzten
 - Wege und Möglichkeiten zur Verbesserung der persönlichen Führungsqualifikation
 - Worauf der Mitarbeiter beim Vorgesetzten achtet
 - Wie verschafft sich der Mitarbeiter die „Gunst“ seines Vorgesetzten ?
 - Führungsstil und Führungspersönlichkeit
 - Die Führungsmittel und Führungstechniken des Vorgesetzten
- Das Verhalten der Mitarbeiter im Unternehmen
 - Welche Erwartungen hat und welche Anforderungen stellt der Mitarbeiter an den Vorgesetzten und den Arbeitsplatz ?
- Motivation von Mitarbeitern
 - Motive – Motivation : Gründe menschlichen Verhaltens.
 - Wie erkennt man die Motive anderer ?
 - Bedingungen der Arbeitszufriedenheit.
 - Motivationstechniken, die dem Vorgesetzten zur Verhaltenssteuerung der Mitarbeiter zur Verfügung stehen.
- Aufbau und Verhalten der verschiedenen Mitarbeitergruppen im Unternehmen.
 - Wie kann der Vorgesetzte die einzelnen Mitarbeitergruppen in ihrer Zusammensetzung positiv beeinflussen ?
 - Regeln für die Zusammenstellung, Führung und Behandlung der Mitarbeitergruppen.
- Entwicklungstendenzen in der Mitarbeiterführung und Personalarbeit.
- Zehn praktische Führungstips.

Referent : Gerd REHBOCK, Personalberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere leitende Mitarbeiter von Hotel- und Gaststättengewerben.

Teilnahmegebühr : 1.200.- F.

Datum : Montag, den 25. und Dienstag, den 26. Oktober 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Der aktivierte Mitarbeiter

Der Erfolg eines Einzelhandelsunternehmens wird künftig mehr denn je davon abhängen, wie weit es gelingt, die Mitarbeiter stärker „in die Pflicht zu nehmen“ und zu verantwortungsbewußter und initiativer Mitarbeit zu gewinnen. Voraussetzung dafür ist, daß das Unternehmen zuvor den richtigen Leistungsrahmen schafft, nicht nur materiell sondern auch ideell im weitesten Sinne. Dazu werden den Teilnehmern in diesem Seminar eine Reihe Fragen beantwortet und anschließend Wege zu einer nachhaltigen Verbesserung der Mitarbeiterleistung erarbeitet.

- Programm :**
- Was kann der Vorgesetzte tun, damit seine Mitarbeiter sowohl leistungsbereit als auch zufrieden sind ?
 - Wie bindet man die Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen ?
 - Wodurch können die Leistungsbereitschaft gefördert und die Mitarbeiter zum selbständigen Arbeiten veranlaßt werden ?
 - Was sind geeignete Leistungsanreize ?
 - Was gehört zu einer leistungsanregenden Arbeitsatmosphäre ?
 - Welche individuellen Wünsche und Bedürfnisse der Mitarbeiter müssen bei der Gestaltung der Arbeitsplatzbedingungen berücksichtigt werden ?

Referent : Prof. Norbert HARLANDER, Dipl.-kfm., Fachhochschule Rheinland-Pfalz, Koblenz.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 800.- F.

Datum : Donnerstag, den 14. Oktober 1982, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Was Sie als Vorgesetzter über fortschrittliche Verkaufsgesprächsmethoden wissen sollten

Verkaufsmitarbeiter werden mehr und mehr verkaufpsychologisch trainiert. Sie wenden neue Verkaufsgesprächsmethoden in der Praxis an und manche Vorgesetzte reagieren mit Befremden, ja mit Ablehnung.

Trainingsmaßnahmen bewirken eine umso größere Leistungssteigerung, wenn Trainer und Vorgesetzte die „gleiche Sprache“ sprechen.

Dazu ist ein gleicher Informationsstand erforderlich.

In diesem 2-Tagesseminar werden die Teilnehmer mit den unterschiedlichen Verkaufsgesprächsmethoden vertraut gemacht. Sie werden in die Lage versetzt, die für das eigene Unternehmen geeignete Verkaufsgesprächsmethode zu entwickeln. Sie erhalten Anregungen, welches Wissen und Können dazu gehört, um das betriebsspezifische Verkaufsniveau zu erreichen.

- Programm :**
- Das Niveau der Verkäuferqualifikation ist bestimmt durch die übrigen betriebsspezifischen Marketinginstrumente sowie durch die Beratungsbedürftigkeit des Kunden.
 - Verkaufsgesprächsmethoden : Aushändigungsverkauf, Selbstbedienung, Vorwahl, Bedienung, Beratung und deren Anforderungen an den Verkaufsmitarbeiter.
 - Strategien des Kundenberatungsgesprächs und deren Voraussetzungen.
 - Erarbeitung eines Anforderungsprofils für Verkaufsmitarbeiter des eigenen Unternehmens.

Neben der teilnehmeraktivierenden Vermittlung praxisrelevanter Erkenntnisse zu den vorgenannten Inhalten steht genügend Zeit zum Erfahrungsaustausch und für Übungen zur Verfügung.

Referent : Elmar HEINSBERG, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth-Gleuel (BRD)

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs, Verkaufsleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter aus Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 1.200.- F.

Datum : Montag, den 18. und Dienstag, den 19. Oktober 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Arbeitsrecht

- Programm:**
- Der Beschäftigungszugang.
 - Der individuelle Arbeitsvertrag.
 - Das kollektive Arbeitsabkommen.
 - Die Arbeitsregelung: Arbeitsdauer, gesetzliche Feiertage, Sonntags- und Nachtarbeit, bezahlter Urlaub.
 - Die Arbeitsentschädigung.
 - Die Vertretung der Sozialpartner auf der Ebene der sozialberuflichen Kategorie: die Personalvertretung auf Betriebsebene.
 - Die Arbeitskonflikte: Schlichtung und Schiedsgericht, Arbeitsgerichtbarkeit, Gewerbeinspektion.
 - Die Beschäftigung von Sonderkategorien von Lohnempfängern.
 - Die Organisation des Arbeitsmarktes.
- Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Personalchefs, sowie leitende Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen.
- Teilnahmegebühr:** 800,- F.
- Datum:** voraussichtlich 12., 14., 19., 21., 26. und 28. Oktober 1982, jeweils abends von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Durch richtiges Verhalten erfolgreicher verkaufen

Verkaufstraining für Innendienst-Verkäufer im Großhandel

Die Veränderungen im klassischen Großhandel haben auch neue Verkaufssituationen geschaffen. Immer häufiger ist aus dem früheren Ausstellungsraum ein moderner Verkaufsort geworden bzw. sind neue geschaffen worden. Nur – ist das Personal auch den geänderten Anforderungen gewachsen? Richtiges und erfolgreiches Verkaufen ist mehr als nur ein paar Auskünfte zu geben oder Ware vorzuführen. Das Gespräch zwischen dem Kunden und dem Innendienst-Verkäufer ist weder in der Form noch inhaltlich mit dem Verkaufsgespräch des Außendienst-Mitarbeiters beim Kunden zu vergleichen.

Das bedeutet, daß der Innendienst-Verkäufer andere Aufgaben und auch andere Gesprächspartner hat und dazu andere Kenntnisse und Fähigkeiten benötigt.

Dieses Seminar ist speziell für den Mitarbeiter Ihres Hauses entwickelt worden, der primär im Innendienst verkauft, Kunden berät bzw. für diese Aufgabe vorgesehen ist. In diesem Fachseminar sollen die Teilnehmer zum kundenbezogenen Denken und Handeln angehalten werden und praxisnahes Verkaufswissen vermittelt bekommen.

- Programm:**
- Welche grundlegenden Aufgaben hat der Innendienstverkäufer?
 - Was ist das Ziel meines Verkaufsgesprächs? Mehr wissen heißt mehr verkaufen!
 - Wie wirke ich auf andere Personen? Was kann ich daran verbessern?
 - Wodurch werden Personen beeinflusst bzw. überzeugt und was kann ich im Verkaufsgespräch wirksam anwenden?
 - Grundlegende rhetorische Wirkungsmittel im Verkaufsgespräch.
 - Aufbau und Inhalt eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs.
 - Die situationsgerechte Gesprächseröffnung. Kleine Kunden-Typologie!
 - Wie kann man ein mögliches Kundenproblem durch den Einsatz der Fragetechnik bewußt machen, um besser für das eigene Angebot argumentieren zu können?
 - Methoden und Techniken des Gesprächsabschlusses.
 - Rollenspiele und Fallstudien mit anschließender Besprechung.

Referent: Gerd REHBOCK, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis: Verkäufer im Innendienst und in der Ausstellung.

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum: Mittwoch, den 27. und Donnerstag, den 28. Oktober 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Beratend verkaufen – verkaufend beraten

Die Art und Weise der Verkaufsgesprächsführung in beratungsintensiven Branchen unterliegt grundsätzlich eigenen Gesetzmäßigkeiten, denn beraten ist etwas anderes als bedienen.

Zielsetzung der Kundenberatung ist, das Risiko des Fehlkaufs für den Kunden zu mindern, ja auszuschließen. Damit gewinnt der Verkauf eine neue Dimension ; es wird nicht nur eine Ware verkauft, sondern eine individuelle Lösungsidee und die geeignete Ware angeboten.

Nicht jeder Kunde benötigt eine Beratung. Kennen Sie die Signale, die eine Bedienung notwendig machen und eine Beratung ermöglichen ? Wer Probleme lösen will, muß die Ursachen kennen. Haben Sie den Kunden und sein Problem wirklich im Griff, bevor Sie mit der Argumentation/Begründung beginnen ? Argumente finden dann Interesse, wenn sie kundenorientiert formuliert sind. Haben Sie den Eindruck, daß der Kunde Sie wirklich versteht ; können sie Fachbegriffe in Nutzenargumente umsetzen oder sind Ihre Argumente allgemeiner Art ? Weil dies alles so wichtige Fragen im Umgang mit kritischen Kunden sind, sollten Sie an diesem Basis-Seminar teilnehmen !

- Programm :**
- Aufbau und Zielsetzung des Verkaufsberatungsgesprächs.
 - Situationsgerechte Gesprächseröffnungen.
 - Menschen besser verstehen und kontaktieren.
 - Konkrete und unkonkrete Wunschäußerungen.
 - Frageformen und deren Wirkung.
 - Nicht-direktive Fragetechniken.
 - Aktives Zuhören heißt mehr als zuhören.
 - Allgemeine und kundenorientierte Argumentation.
 - Demonstrationstechniken.
 - Einwandbehandlungsmethoden.
 - Entscheidungshilfen.
 - Empfehlungen aussprechen.
 - Preisargumentation.
 - Zuempfehlungen richtig einleiten.
 - Kaufabschlußsignale.

Referent : Elmar HEINSBERG, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth-Gleuel, BRD.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Verkaufsleiter, Verkäufer und Fachberater von Einzelhandelsbetrieben (Textil, Schuhe, Elektro, Eisen- und Haushaltswaren, Farben und Tapeten, Möbel, Sanitär, usw.)

Teilnahmegebühr : 1.200.- F.

Datum : Montag, den 8. und Dienstag, den 9. November 1982 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Die Auswirkungen der Inflation auf Substanz, Kalkulation und Ertrag im Einzelhandel

Die erheblich gestiegene Inflationsrate führt zu beachtlichen Substanzverlusten bis hin zur Existenzgefährdung, wenn es nicht gelingt, durch die richtigen Entscheidungen und ein sorgfältig ausgewähltes Maßnahmenbündel rechtzeitig der Krise zu begegnen und den drohenden Substanzverzehr aufzuhalten.

- Programm :**
- Auswirkungen der Inflation auf den Bestand und Ertrag des Unternehmens
 - Berechnung der notwendigen Substanzerhaltungsrate
 - Möglichkeiten und Maßnahmen zur Sicherung der Rentabilität und zur Erhaltung der Unternehmenssubstanz
 - Kalkulation
 - Umsatz und Sortiment
 - Liquidität
 - Investitionen
 - Wie muß die nächste Rentabilitätsplanung unter Berücksichtigung der Substanzerhaltung aussehen ?

Referent : Unternehmensberater der BBE-Köln.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 800.- F.

Datum : Montag, den 15. November 1982, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Erfolgreiche Personalentwicklung im Einzelhandelsbetrieb

Die Führungskräfte aus Einzelhandelsbetrieben lernen im Seminar, wie sie die Fähigkeiten und Neigungen ihrer Mitarbeiter aus den verschiedenen Aufgabenbereichen erkennen und optimal nutzen können. Sie sollen in der Lage sein, für die systematische Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter durch angemessene Ausbildung am Arbeitsplatz und interne und externe Schulungsmaßnahmen zu sorgen und sie zur Eigeninitiative zu motivieren.

- Programm :**
- Demotivation von Mitarbeitern durch Nichtbeförderung.
 - Risiken bei der Einstellung externer Bewerber.
 - Typische Fehler bei der Beurteilung durch Vorgesetzte.
 - Das besondere Problem der Beurteilung von Verkaufsmitarbeitern.
 - Egoistische Einstellung von Führungskräften gegenüber der Personalentwicklung.
 - Notwendigkeit und Grenzen einer systematischen Personalentwicklung.
 - Personalentwicklung am Arbeitsplatz.
 - Job-Rotation und Springertätigkeit.
 - Gezielte interne und externe Schulungsmaßnahmen.
- Referent :** Dr. Klaus RISCHAR, Pädagogisches Institut für die Wirtschaft, Bad Soden-Salmünster (BRD)
- Teilnehmerkreis :** Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.
- Teilnahmegebühr :** 800.- F.
- Datum :** Montag, den 22. November 1982 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Wissenswertes über Kredite und Darlehen

- Programm :**
- Der Bankkredit.
 - Der Kreditantrag: Antragsteller, Bestimmung des Kredites, Betrag, Dauer, Kreditart, Sicherheiten: Wechselbürgschaft (Aval), Bürgschaft, Hypothek, Verpfändung (von Versicherungen, von Geschäftsfonds).
 - Die verschiedenen Kreditmöglichkeiten: Kontokorrent-Kredit, Eigenwechsel, Diskontkredit, Finanzierung, persönlicher Kredit, Dokumentenakkreditiv, Investitionskredit (SNCI), Kreditkarten (carte-chèque), Bausparen.
 - Der Bankscheck
 - Der Wechsel
 - Leasing
 - Factoring
- Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.
- Teilnehmerkreis :** Inhaber und leitende Mitarbeiter von Klein- und Mittelbetrieben aus allen Unternehmensbereichen.
- Teilnahmegebühr :** 800,- F.
- Datum :** voraussichtlich am 4., 9., 11., 16., 18., 23. und 25. November 1982, jeweils abends von 20.00 bis 22.00 Uhr.

Kosten sparen und Umsatz steigern durch systematischen Telefonverkauf

Das Telefon – eine wichtige Verkaufshilfe

Immer mehr Handelsunternehmen müssen durch kostenbewußtes Handeln, die Kundenbetreuung und Akquisition effizienter gestalten. Verkaufsverhandlungen oder Besuchsvorbereitungen unter Einsatz des Telefons sind nicht nur im Hinblick auf die gestiegenen Reisekosten bei großflächigen Verkaufsgebieten bzw. eingeschränkten Besuchszeiten ein wichtiger Bestandteil des Vertriebs geworden.

Ein wirksames und kostensparendes Mittel auf diesem Weg der Kundenansprache ist das Telefon.

Die Teilnehmer sollen im Anschluß an das Seminar in der Lage sein, Telefongespräche systematisch aufzubauen und ziel-, sowie kostenorientiert zu führen.

Während des Seminars wird in Theorie und Praxis (Rollenspiele) das richtige Agieren und Verhalten am Telefon geübt.

Ein weiterer Schwerpunkt ist nicht nur die Überprüfung und evtl. Verbesserung des sprachlichen Ausdrucks, sondern auch das psychologisch richtige Verhalten in der Gesprächsführung gegenüber dem Gesprächspartner.

- Programm:**
- Wie bereitet man sich richtig auf Telefongespräche vor ?
 - Die Bedeutung des Telefons zur Unterstützung der Verkaufsbemühungen.
 - Zielgerechter Einsatz des Telefons.
 - Besonderheiten beim Gesprächsbeginn.
 - Die Grundelemente eines wirksamen Telefongesprächs.
 - Die Kunst des Zuhörens.
 - Stimme, Sprache, Gesprächsklima – die Erfolgsfaktoren im Telefongespräch.
 - Das positive Gesprächsklima – Die Grundvoraussetzung eines erfolgreichen Telefongesprächs.
 - Möglichkeiten der Gesprächsaktivierung.
 - Welche persönlichen Bedingungen ggf. Schwächen spielen beim Telefonieren eine entscheidende Rolle ?
 - Verkaufstechniken am Telefon.
 - Wie begegnet man aufkommenden Kundeneinwänden ?
 - Das Telefon im Alltag
 - Wie man sich richtig vorbereitet
 - Kostenbewußtes Telefonieren
 - Behandlung von Reklamationen usw.
 - Welche Aufgaben fallen nach Abschluß eines Telefongesprächs an ?
 - Erarbeitung eines individuellen Gesprächsleitfadens (Checkliste) zur Steigerung der Effizienz und Rationalisierung von Telefonverkaufsgesprächen.
 - Praktische Übungen und Trainingsbeispiele zur Sprechtechnik und Sprachgewandheit.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Außendienstmitarbeiter, Verkaufssachbearbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, die entweder viel telefonieren müssen oder durch gezielten Telefoneinsatz ihre Verkaufsleistung steigern wollen (insbesondere der Getränkehandel).

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum: Donnerstag, den 18. und Freitag, den 19. November 1982, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Die **Anmeldungen** zu sämtlichen Seminaren werden **frühestens 3 Wochen vor dem jeweiligen Seminarbeginn unter der Rufnummer 43 58 53** entgegengenommen.

Wir bitten die Teilnehmer ihre **Teilnahmegebühr ausschließlich auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Service de la formation continue**, zu überweisen

Falls nicht anders vermerkt, finden alle Veranstaltungen in der **Handelskammer - 7, rue Alcide de Gasperi, in Luxemburg-Kirchberg** statt.

Die angegebenen Termine, besonders bei Veranstaltungen die sich über mehrere Abende erstrecken, können aus organisatorischen Gründen noch verschoben werden und geringfügige Änderungen im Zeitplan bedingen.

Desweiteren möchten wir darauf hinweisen, daß zu gegebener Zeit auch in den Tageszeitungen noch einmal auf die einzelnen Veranstaltungen hingewiesen wird.

Weitere Auskünfte können unter der Rufnummer 43 58 53 bei der zuständigen Abteilung der Handelskammer erfragt werden.

Foires et expositions

Mars 1982

- 3.3. - 8.3.82 METZ
Gastrolor
Exposition gastronomique
- 4.3. - 14.3.82 GENÈVE
Salon International de l'automobile
- 6.3. - 8.3.82 BRUXELLES
Incof
Salon International de l'optique
- 6.3. - 15.3.82 PARIS
Salon International de l'équipement
domestique ' Arts ménagers
- 7.3. - 10.3.82 MILAN
Mias Invernale - Exposition
Internationale des Articles de sport
- 7.3. - 15.3.82 BRUXELES
Europacado - Salon professionnel et
international de cristaux et objets
d'ameublement
- 7.3. - 10.3.82 DÜSSELDORF
Igedo - 132. Internationale
Modemesse mit Dessous Salon
- 10.3. - 17.3.82 BÂLE
Fawem - Exposition des machines
outils et outillage
- 12.3. - 14.3.82 KÖLN
Internationale Messe Jugend + Kind
- 12.3. - 17.3.82 HAMBURG
Internorga - Internationale Fachaus-
stellung für Gastronomie und
Catering, für Bäckereien und
Konditoreien
- 18.3. - 23.3.82 PARIS
Expobois - Salon international de la
machine à bois et des Industries du
bois
- 20.3. - 22.3.82 DÜSSELDORF
GDS - Internationale Schuhmesse
- 20.3. - 28.3.82 FRANKFURT
4 x Bau Frankfurt
Baufachausstellung
- 27.3. - 31.3.82 PARIS
Salon International du Prêt-à-Porter
féminin et Salon Boutique
- 27.3. - 31.3.82 PARIS
SIF - Salon International des
Industries de la fourrure
- 28.3. - 5.4.82 BRUXELLES
Bel-Jouets - Salon International
Professionnel des jouets
- 28.3. - 31.3.82 MÜNCHEN
Mode-Woche München
Internationale Fachmesse für Mode
- 29.3. - 1.4.82 UTRECHT
Relatie - Fachmesse für Geschenk-
und Zugabeartikel

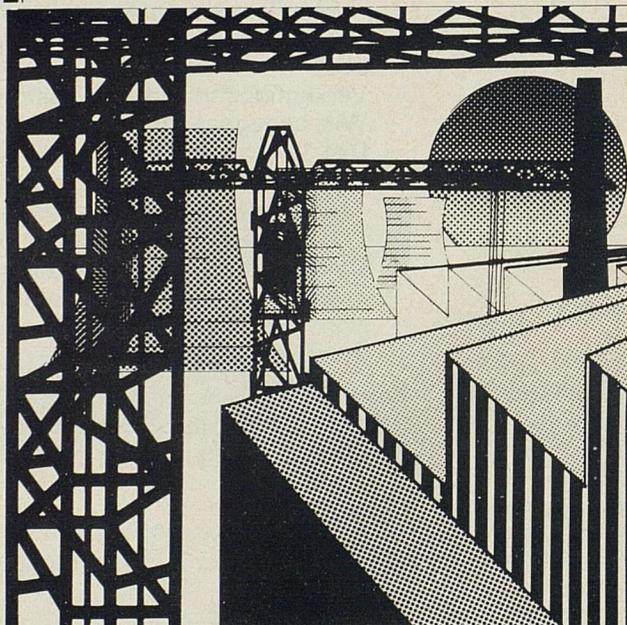
INVESTIR!

EN AFRIQUE DU SUD, BIEN SUR!

- Avec une économie en pleine expansion et un taux de croissance de 8% durant l'année passée.
- Avec les avantages du rand financier, qui vaut immédiatement 30% de plus que le cours officiel.
- Avec son abondance d'espace pour réaliser tous vos projets. Actuellement, les circonstances pour établir une firme en Afrique du Sud ou pour acquérir une participation dans une firme sud-africaine sont plus que favorables.
- Avec toute une gamme de produits industriels fabriqués localement, sans mentionner la richesse minérale du pays, l'Afrique du Sud peut satisfaire tous vos besoins.
- Les communications quotidiennes maritimes et aériennes sont excellentes.

Vous voulez en savoir plus sur l'Afrique du Sud ?
Il vous suffira de remplir le talon ci-dessous et de nous
le renvoyer sans plus tarder.

D'autres l'ont fait avant vous. Ils ne l'ont pas regretté!



Nom

Firme

Rue N°

Code postal à

Téléphone Téléx

s'intéresse pour

CONSEILLER (COMMERCIAL),
Ambassade d'Afrique du Sud,
26, rue de la Loi, Bte. 7, 1040 BRUXELLES,
Tél. 02/230 68 45 - Télex 23495.

LUX

Pour tous renseignements complémentaires et
pour toutes informations au sujet d'autres foires, la
Chambre de Commerce se tient à votre disposition.

Offre

SANWA INDUSTRIES LTD
No 2-27, 2-Chome, Iwata-Cho
Higashi, Osaka City
OSAKA, 578 JAPAN

Export of all kinds of printing articles such as commercial catalogues, advertising materials, calendars, magazines, books, etc.

Interested firms please contact Sanwa at the above address.

Offre

DERI-STOR
Ottegemeestraat, 214
B - 8550 ZWEVEGEM

cherche pour le Grand-Duché de Luxembourg un revendeur de marques et store corbeille.

Les entreprises intéressées sont priées de bien vouloir prendre contact avec Deri-Stor à l'adresse précitée.

Demande

Nous recherchons des représentants, importateurs ou distributeurs bien introduits pour vente tissus acryliques plastiques, tissus bâches camions, tissus militaires, stores, armatures aluminium pour stores.

S'adresser :

RECASENS S.A.
Mr. FERNANDEZ
Trav. de Gracia 18.20
BARCELONA 21, ESPANA
Télex 97124 E.

Comment importer du Maroc

La Chambre de Commerce tient à la disposition des entreprises intéressées pour consultation une brochure, éditée par la Chambre de Commerce Franco-Arabe à Paris et qui s'intitule « Comment importer du Maroc – Guide de Pratique ».

Demande

A member of the Glasgow Chamber of Commerce seeks marketing arrangements with manufacture offering controls and ancillaries for the heating, ventilating and air conditioning market, especially devices suitable for energy saving.

Glasgow Chamber of Commerce
30, George Square
GB - GLASGOW G2 1EQ

La Chambre de Commerce est à votre service :

- Consultations juridiques gratuites
- Renseignements commerciaux
- Informations sur le commerce extérieur
- Documentation économique
- Formation professionnelle
- Assistance technique aux petites et moyennes entreprises.

Quels que soient vos problèmes, adressez-vous à la Chambre de Commerce, qui tient ses services spécialisés à la disposition de ses ressortissants.

Ordinateurs: Un petit pour un plus grand rendement

Quelque soit l'activité ou la taille de votre entreprise, nous avons le système microinformatique parfaitement adapté à vos besoins. Nos ordinateurs, appareils périphériques, logiciels et notamment nos conseils et services sont là pour résoudre vos problèmes de gestion, de comptabilité ou de facturation. Nos services comprennent: Le contrat de maintenance, la formation de l'opérateur et la mise en route du système.



Le système économique:

comportant un **Apple 64 Kb**, écran vert/noir à 80 colonnes, imprimante, et les **programmes** de comptabilité, de facturation et de gestion de stock, pour FB 291.000.- (TVA comprise)



Le système professionnel:

comportant l'ordinateur **Horizon 64 Kb** avec 2 floppy disks 5 1/4", écran, imprimante et les **programmes** de comptabilité, de facturation et de gestion de stock, pour FB 454.000.- (TVA comprise)
Leasing: FB 16.000.-/mois, approx.



Le système sophistiqué:

(Multi-utilisateur jusqu'à 4 postes), comportant l'ordinateur **ACS 8000-15 D** à 208 Kb, mémoire avec 2 floppy disks 8", écran, imprimante et les **programmes** de comptabilité, de facturation et de gestion de stock, pour FB 763.000.- (TVA comprise)
Leasing: FB 27.000.-/mois, approx.

Le petit ordinateur a son grand magasin

ComputerLand®

Luxembourg

8-10 Rue 1900 · Luxembourg · Tél. 48 32 04 / 05
8-12 / 14-18 hrs lundi-samedi

Auch in Luxemburg drängt sich eine verstärkte Förderung der Umweltschutzinvestitionen der Wirtschaft auf

Umweltschutzinvestitionen müssen wegen der sich ständig fortentwickelnden Umwelttechnologien auch künftig, und zwar sogar in erweiterter Form, durch einkommensteuerliche Vorschriften über erhöhte Absetzungen begünstigt werden. Dieser Einsicht folgend haben die gesetzgebenden Körperschaften in der Bundesrepublik Deutschland durch das Gesetz zur Änderung und Vereinfachung des Einkommensteuergesetzes und anderer Gesetze eine wesentliche Verlängerung und Verbesserung der zunächst bis zum 31. 12. 1980 vorgesehenen Abschreibungsvereinfachungen für bestimmte Umweltschutzmaßnahmen vorgenommen. Mit diesem Schritt wird die Kontinuität der Steuererleichterungen sichergestellt und gleichzeitig auch der Kreis der Wirtschaftsgüter, für die entsprechende Abschreibungsvereinfachungen in Anspruch genommen werden können, wesentlich erweitert. Die dem Umweltschutz dienenden, regelmäßig unrentierlichen, im öffentlichen Interesse jedoch erwünschten Vorkehrungen werden dadurch den deutschen Betrieben weiter erleichtert. Das gilt auch für die Anpassung an bestehende und neue Umweltvorschriften.

Nach der in Deutschland geltenden Regelung in Par. 7 d EstG können bei abnutzbaren beweglichen und unbeweglichen Wirtschaftsgütern des Anlagevermögens, die dem Umweltschutz dienen und nach dem 31. 12. 1974 und vor dem 1. 1. 1981 angeschafft oder hergestellt worden sind, im Wirtschaftsjahr der Anschaffung oder Herstellung bis zu 60 v. H. sowie in den folgenden Wirtschaftsjahren bis zur vollen Absetzung jeweils bis zu 10 v. H. der Anschaffungs- oder Herstellungskosten abgesetzt werden. Diese Regelung ist nunmehr um 10 Jahre verlängert worden. Die erhöhten Abschreibungen können also in Zukunft für Wirtschaftsgüter in Anspruch genommen werden, die in der Zeit vom 1. 1. 1975 bis zum 31. 12. 1990 angeschafft oder hergestellt worden sind.

Aktion Saubere Welt

Verbesserte Steuerhilfen in Deutschland

Bisherige Regelung erweitert

Die Inanspruchnahme der erhöhten Absetzungen setzt nach geltendem deutschen Recht voraus, daß das Wirtschaftsgut in einem in Deutschland gelegenen Betrieb unmittelbar und ausschließlich oder fast ausschließlich dem Umweltschutz dient. Fast ausschließliche Verwendung zum Umweltschutz liegt vor, wenn die Verwendung zu anderen Zwecken zehn Prozent nicht übersteigt. Diese Toleranzgrenze für den Umfang der Verwendung zu anderen als Umweltschutzzwecken hat in der Praxis zu erheblichen Abgrenzungsschwierigkeiten geführt und wird der umwelttechnologischen Entwicklung nicht gerecht.

Um diese Mängel zu beseitigen und gleichzeitig die Anreizfunktion zu Umweltschutzmaßnahmen zu verstärken, ist mit Wirkung ab 1. 1. 1981 in Deutschland eine Verbesserung dahin erfolgt, daß bereits bei Wirtschaftsgütern, die zu mehr als 70 v. H. dem Umweltschutz dienen, die Inanspruchnahme der Begünstigung nach Par. 7 d EstG zugelassen wird. Bei Wirtschaftsgütern, die dem Umweltschutz dienen, gleichzeitig aber auch andere Zwecke erfüllen, steht also der Inanspruchnahme der erhöhten Absetzungen eine Verwendung des Wirtschaftsguts für andere als Umweltschutzzwecke unter 30 v. H. im jeweiligen Wirtschaftsjahr nicht entgegen. Dient hingegen das Wirtschaftsgut im gleichen Arbeitsgang seiner Zweckbestimmung nach sowohl

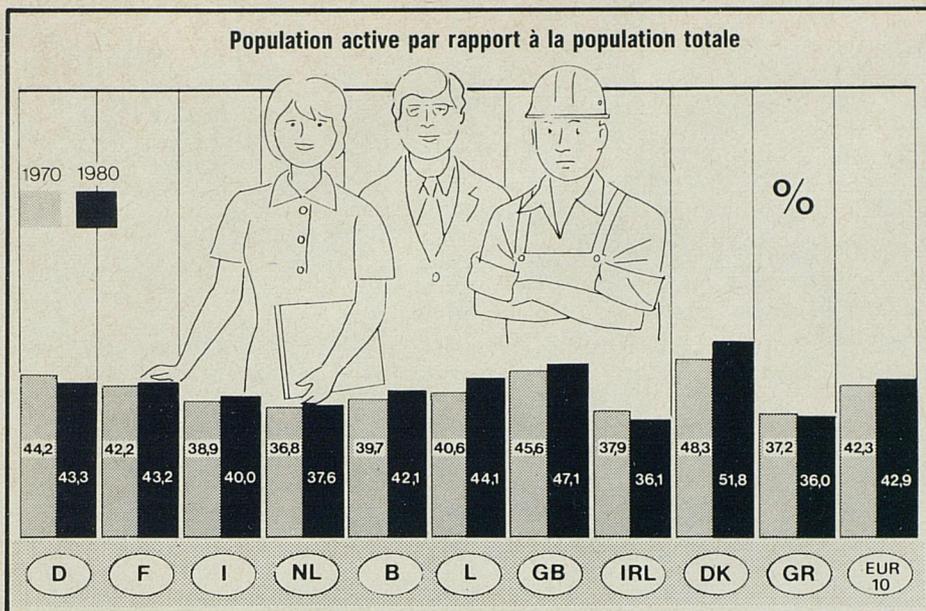
dem Umweltschutz als auch der Produktion, so ist nach der Begründung des Gesetzentwurfs im allgemeinen davon auszugehen, daß das Wirtschaftsgut nicht zu mehr als 70 v. H. zu Umweltschutzzwecken eingesetzt wird. Der Beweis des Gegenteils bleibt natürlich zulässig.

Innerbetrieblicher Umweltschutz anerkannt

In der deutschen Praxis wird bisher ein öffentliches Interesse verneint, wenn ein dem Umweltschutz dienendes Wirtschaftsgut gleichermaßen oder zumindest über 10 v. H. dem Arbeitsschutz, also dem innerbetrieblichen Umweltschutz, dient. Dem Antrag des Bundesrats, ein öffentliches Interesse in Zukunft auch dann als vorliegend zu betrachten, wenn das Wirtschaftsgut dem innerbetrieblichen Umweltschutz dient, wurde von den übrigen gesetzgebenden Körperschaften nicht entsprochen.

Sie sahen sich aber zu einer Ergänzung des Par. 7 d Abs. 3 EstG veranlaßt, wonach ab 1. 1. 1981 die Begünstigung nicht ausgeschlossen ist, wenn durch die Umweltschutzinvestition nicht nur Belastungen der Umwelt außerhalb des Betriebs verhindert, beseitigt oder verringert werden, sondern zugleich Zwecke des innerbetrieblichen Umweltschutzes verfolgt werden.

Auch in Luxemburg drängt sich eine verstärkte Förderung der Umweltschutzinvestitionen der Wirtschaft durch großzügigere steuerliche Abschreibungsvorschriften auf. Da unserer Einkommensteuergesetzgebung in ihren Grundzügen mit der deutschen Gesetzgebung vergleichbar ist, schlägt die Handelskammer deshalb vor, das Luxemburger Steuerrecht durch ähnliche Maßnahmen zu ergänzen.



Transports de marchandises par route

Tarifs à fourchettes République Fédérale d'Allemagne – Luxembourg

Il est porté à la connaissance des entreprises concernées que de nouveaux tarifs pour les transports routiers de marchandises entre le Grand-Duché de Luxembourg et la République Fédérale d'Allemagne sont en vigueur depuis le 1er janvier 1982.

Les nouvelles dispositions ainsi que les barèmes révisés sont repris par le règlement grand-ducal du 21 décembre 1981 portant publication d'une modification du règlement grand-ducal du 13 août 1971 relatif aux tarifs à fourchettes applicables aux transports de marchandises par route entre la République Fédérale d'Allemagne et le Grand-Duché de Luxembourg, modifié par le règlement grand-ducal du 6 février 1979 et par le règlement grand-ducal du 20 mars 1980, publié au MEMORIAL – Recueil de législation – A – No 97 du 23 décembre 1981.

Un tiré à part des textes peut être demandé à la Chambre de Commerce (Tél.: 43 58 53).

Allègement des charges administratives des petites et moyennes entreprises

Le Ministre de l'Economie et des Classes moyennes attire l'attention des chefs des petites et moyennes entreprises sur une initiative commune du STATEC et de l'Enregistrement qui est susceptible d'alléger leurs charges administratives conformément à l'engagement pris par le Gouverneur dans son programme du 24.7.79.

Au mois de janvier un certain nombre de petites et moyennes entreprises entrant en ligne de compte pour la détermination des valeurs ajoutées par branche d'activité, seront sollicitées au moyen d'une même formule à la fois par l'Enregistrement pour la déclaration annuelle TVA 1981 et par le STATEC qui entend utiliser ces mêmes renseignements à des fins statistiques. L'intérêt pour les chefs d'entreprises concernés réside dans le fait qu'au cas où ils voudraient bien remplir et retourner au STATEC la formule portant son entête, ils ne seront pas ou plus sollicités comme par le passé dans le cadre des enquêtes statistiques traditionnelle sur la Valeur ajoutée, il en résultera une économie de frais pour les enquêtes comme pour l'Administration.

Immeubles commerciaux et industriels

Afin de faciliter l'implantation d'entreprises au Grand-Duché de Luxembourg, la Chambre de Commerce se propose en collaboration avec les instances gouvernementales, de compléter son relevé des bâtiments industriels et commerciaux à louer ou à vendre.

Les propriétaires de tels immeubles sont priés de bien vouloir se faire connaître à la Chambre de Commerce – boîte postale 1503 – Luxembourg (Tél. 43 58 53)

Die DEBELUX - Handelskammer hat folgende neue Veröffentlichungen herausgebracht :

– Das Arbeitsrecht privater Angestellter im Großherzogtum Luxemburg

– Les Taxes et Impôts allemands

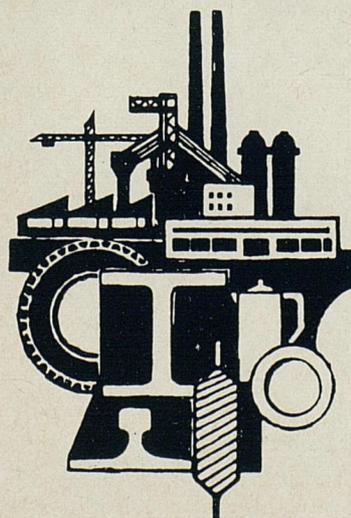
Diese Broschüren sind erhältlich bei der

DEBELUX - Handelskammer
Rue du Commerce 20-22, boîte 11
B - 1040 BRUSSEL

zum Preis von FB 680.- (FB 340.- für Mitglieder) respektiv FB 900.- (FB 400.- für Mitglieder)

En cas de changement d'adresse, veuillez bien nous en informer.

Chambre de Commerce
B.P. 1503
Luxembourg
Tél. 43 58 53



Le Grand-Duché de Luxembourg

Petit pays au vaste rayonnement économique

OFFRE :

- SES PRODUITS SIDERURGIQUES
- SON MATERIEL D'EQUIPEMENT INDUSTRIEL
- SES MATERIAUX DE CONSTRUCTION
- SES BIENS D'EQUIPEMENT MENAGER
- SES PRODUITS CHIMIQUES ET PARACHIMIQUES
- SES BIENS DE CONSOMMATION

Pour tous renseignements s'adresser au
SERVICE DE LA COMMERCIALISATION de la PRODUCTION-EXPORTATION

19, boulevard Royal, LUXEMBOURG
☎ 47 94 325

ARTISANAT COMMERCE INDUSTRIE



KREDIETBANK

S.A. LUXEMBOURGEOISE

Société Anonyme R.C. Luxembourg B6395 43, boulevard Royal L-Luxembourg

Nous sommes là pour vous