

de letzebuenger

# Merkur

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

1•94

GESTION

RESSOURCES HUMAINES - EFFICACITE PERSONNELLE

NOUVELLES TECHNOLOGIES

MARKETING

MANAGEMENT

RELATIONS HUMAINES ET SOCIALES

INDUSTRIE-SERVICES-COMMERCE-HORECA

CONFERENCES

COURS DU SOIR

SEMINAIRES

- **Fortbildungsseminare der Handelskammer - Programm 1994**
- **EG-Weißbuch über Wachstum, Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit**

# Construisons l'avenir ensemble



La Banque Générale du Luxembourg est devenue, grâce à sa large confiance dans le potentiel de ses clients, la banque privilégiée du commerce, de l'artisanat et de l'industrie luxembourgeois, secteurs où elle occupe une place prépondérante.

Chaque idée, chaque projet soumis sont analysés à fond et les experts de

la Banque Générale du Luxembourg n'hésitent point à innover afin de trouver les meilleures réponses dans l'intérêt du client.

Contactez le gérant de l'agence la plus proche de la Banque Générale du Luxembourg.

Nous construisons l'avenir ensemble!



**BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG**

27, Avenue Monterey L-2013 Luxembourg Tél. 47 99 1

# EG-Weißbuch über Wachstum, Beschäftigung und Wettbewerbs- fähigkeit

Im vergangenen Monat haben sich die Staats- und Regierungschefs der Europäischen Union auf dem EG-Gipfeltreffen in Brüssel auf den von Kommissionspräsident Jacques Delors vorgelegten Aktionsplan zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit und zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit verständigen können.

Bis zum Jahr 2000 soll die Arbeitslosigkeit in der Europäischen Union von derzeit ungefähr 11 auf 5 Prozent heruntergeführt werden. Mit Ausblick auf dieses Ziel drängten sich die Eliminierung allzu starrer Vorschriften und Vertragsverhältnisse, die Untersuchung neuer Formen der Arbeitsorganisation in den Unternehmen einhergehend mit betriebsinternen Anpassungen, die mit der Produktivitätssteigerung vereinbar sind, und gezielte Senkungen der Lohnnebenkosten auf.

Auf EG-Ebene war man sich auch einig, daß es kein Allheilmittel zur Überwindung der Beschäftigungskrise gibt. Notwendig zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit ist eine koordinierte gesamtwirtschaftliche Offensivstrategie auf den Handlungsfeldern der Wirtschafts-, Finanz- und Sozialpolitik.

Höhe und Entwicklung der Arbeitskosten haben innerhalb der meisten Länder der Europäischen Union sowie auch hierzulande eine wettbewerbsbeeinträchtigende und somit eine beschäftigungsschädigende Größenordnung erreicht.

Um den gegenwärtigen Problemen auf dem Arbeitsmarkt Herr zu werden, ist eine maßvolle Lohnpolitik dringend geboten.

Das Delors-Memorandum verlangt außerdem eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch den gezielten Abbau protektionistischer Maßnahmen und staatlicher Defizite. Im Kampf gegen Handelsschranken kann der erfolgreiche Gatt-Abschluß vom 15. Dezember 1993 sicherlich als entscheidender Schritt vorwärts gewertet werden. Aber selbst nach dem erfolgreichen Abschluß der Uruguay-Runde bleibt es bei einem einseitigen Ansatz zur Handelsliberalisierung, der nur die von staatlicher Seite geschaffenen Handelsbarrieren berücksichtigt. Es geht nun darum, daß zusätzliche Regeln erarbeitet werden, für die Beseitigung von Sonderregelungen in einzelnen Sektoren, wie z.B. in den Bereichen Textilien, Bekleidung und Landwirtschaft.

Der vorgelegte europäische Aktionsplan, der keineswegs als Patentrezept gegen die Arbeitslosigkeit gelten kann, ist ein Bündel von Empfehlungen der EG-Kommission. Auf der Basis einer allgemein geteilten Analyse über die strukturellen Schwächen der europäischen Wirtschaft umfaßt er sowohl marktorientierte Rezepte wie die bereits erwähnte Senkung der Lohnnebenkosten, die Flexibilisierung der Arbeitsmärkte, Ausbildung, Forschung oder die Förderung von Klein- und Mittelunternehmen als auch andererseits die umstrittene Verstärkung der Ende 1992 auf dem Gipfel von Edimburgh eingeleiteten Wachstumsanregungen durch den beschleunigten Ausbau der Infrastrukturen.

Die Realisierung der von der Kommission vorgeschlagenen transeuropäischen Verkehrs-, Energie- und Telekommunikationsnetze durch eine milliardenschwere Kreditfinanzierung ist angesichts der enormen Handelsdefizite in vielen Mitgliedsstaaten jedoch mehr als fraglich.

Die Finanzierung des Delors-Aktionsplans darf weder ein Hindernis für die Bemühungen der Mitgliedstaaten um eine Verringerung der Staatsverschuldung sein noch die Stabilität der Kapitalmärkte beeinträchtigen.

Das Weißbuch über Europa sollte nicht als Wunderheilmittel zur Belebung der europäischen Konjunktur, sondern vielmehr von allen Entscheidungsträgern als Rahmenrichtlinienpaket auf europäischem, nationalem und lokalem Niveau angesehen werden.

Editeur: Chambre de Commerce  
7, rue Alcide de Gasperi  
Adresse postale  
L-2981 Luxembourg  
Tél: 43 58 53  
Fax: 43 83 26  
Télex: 60174 chcom lu

Paraît 10 fois par an  
Tirage: 14.000 exemplaires  
Reproduction autorisée  
avec mention de la source.

Mise en page: Lineheart s.à r.l.  
Impression: Imprimerie Hengen s.à r.l.

## SOMMAIRE

- 4 Fortbildungsseminare der Handelskammer
- 43 Social
- 45 Commerce Extérieur
- 48 Communiqués

## FORTBILDUNGSSEMINARE DER HANDELSKAMMER

### PROGRAMM 1994

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 nunmehr sechzehn Jahren bemüht sich die Handelskammer, in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen Ministerien und den Fachverbänden von Industrie, 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 1994 in chronologischer Reihenfolge vorgestellt. Neben neuen Themen, die sich aus der täglichen Entwicklung ergeben, ist die Wiederholung solcher Veranstaltungen vorgesehen, die, vom Inhalt her, immer aktuell bleiben (z.B. Verkaufstrainings für den Gross- und Einzelhandel, Mitarbeiterführungsseminare, Arbeitsrecht usw.). Des weiteren werden Seminare wiederholt, für die, durch ihre große Resonanz, nicht alle angemeldeten Interessenten bei der ersten Durchführung Zugang gefunden haben.

Wie üblich wurde das Programm vom zuständigen "Comité de promotion professionnelle", dem Herr Francy HIPPERT als Präsident vorsteht, und dem "Service de la formation continue" der Handelskammer ausgearbeitet. Dem angesprochenen Leser soll durch diese Veröffentlichung erlaubt werden, die ihn oder seine Mitarbeiter interessierenden Themen auszusuchen.

Zusätzliche Auskünfte erteilt gerne die Fortbildungsabteilung der Handelskammer.

### THEMENÜBERSICHT

#### ALLGEMEINE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- Unternehmenskultur - Betriebsklima .....8
- Quelles formations pour mes collaborateurs? .....16
- Häufige Fehler bei der Führung von Einzelhandelsbetrieben .....18
- Zukunftssicherung durch Potentialweckung .....22
- La circulation de l'information dans l'entreprise .....24

**MITARBEITERFÜHRUNG UND PERSONALWESEN**

• Droit du travail .....	6
• Coaching - eine neue Unternehmensaufgabe .....	6
• Intégration des valeurs humaines dans le concept du management positif .....	12
• L'analyse transactionnelle appliquée à la gestion des relations dans l'entreprise .....	15
• Personalauswahl und Vorstellungsgespräch .....	18
• Cycle de formation à la gestion de ressources humaines .....	22
• Techniques de la programmation neurolinguistique appliquées au management humain .....	23
• La délégation de responsabilités .....	31
• Mitarbeitermotivation durch Prämien und Erfolgsbeteiligungen .....	36

**WERBUNG - VERKAUFSFÖRDERUNG - EINKAUF - VERKAUF**

• La qualité dans la prestation de service .....	8
• Mehr Geld verdienen beim Einkauf .....	10
• Erfolgreiche Werbung und Verkaufsförderung im Handel .....	11
• Fit für den Saisonstart .....	14
• Mit Kompetenz und Freundlichkeit leichter überzeugen .....	14
• La vente en magasin .....	17
• Kunden beschwerten sich - Reklamationen richtig behandeln .....	20
• Wie Sie an Ihre Kunden besser verkaufen und neue Kunden gewinnen können .....	32
• Berufsneuling? ...So führen Sie das Verkaufsgespräch sicherer .....	32
• Leistungssteigerung und Persönlichkeitsprofilierung im Verkauf .....	36
• Die Kundenzeitschrift .....	38

**FINANZ- UND RECHNUNGSWESEN**

• Analyse et contrôle des coûts .....	12
• Sicherung der Liquidität - eine unternehmenspolitische Notwendigkeit .....	13
• EDV-gestütztes Controlling .....	30

**AUSSENHANDEL**

• L'Office du Ducreire .....	20
• Le Crédit Documentaire .....	40

**ARBEITSSICHERHEIT - INSTANDHALTUNG - LOGISTIK**

• La sécurité au travail .....	31
• Formalog .....	33
• Mehr Umsatz bei weniger Kosten durch Logistik .....	34
• Prévention et gestion des vols, actes de vandalisme, agressions et comportements marginaux .....	35
• L'alcoolisme et la toxicomanie au travail .....	40

**PERSÖNLICHKEITSBILDUNG**

• Le dialogue et la rhétorique .....	9
• Das Gedächtnisseminar - Die klassische Mnemotechnik .....	16
• Das richtige Verhalten am Telefon .....	19
• Die Qualifikation der Chefs von morgen (5. + 6. Workshop) .....	21
• Die bewußte Führung der eigenen Person .....	29
• Konferenztechnik .....	38
• La gestion du temps .....	30
• Erfolgreiche Gesprächs- und Verhandlungsführung .....	39

## DROIT DU TRAVAIL

(en langue française)

Le législateur et surtout la jurisprudence amènent sans cesse de nouvelles nuances juridiques en matière de droit du travail.

L'objet de ce séminaire sera donc de renseigner les participants sur les aspects du droit du travail qui, directement liés à la gestion du personnel, ont une incidence certaine sur l'équilibre financier et social d'une entreprise.

- Programme :**
- Introduction
    - Le droit du travail
    - Le droit de la sécurité sociale
  - I LA RELATION DU TRAVAIL
    - L'accès à l'emploi : Qui peut travailler?
      - Les enfants et les retraités
      - Les ressortissants étrangers
      - Le rôle de l'Administration de l'emploi
    - Le contrat individuel de travail :  
Quels sont les droits et devoirs du patron et du travailleur?
      - La distinction employé/ouvrier
      - Formation du contrat
      - Résiliation du contrat
      - Deux contrats particuliers :
        - l'essai
        - l'apprentissage
        - Le contrat collectif de travail (pr. mém.)
  - II LA REGLEMENTATION DU TRAVAIL
    - Durée du travail
    - Travail et repos du dimanche
    - Jours fériés légaux
    - Congés payés
    - Congé de maternité
    - Travail de nuit
  - III LA REMUNERATION DU TRAVAIL
    - Le salaire social minimum
    - L'échelle mobile des salaires
    - Saisie et cession des salaires
    - Faillite du patron
  - IV PROBLEMES DIVERS
    - La représentation des travailleurs
    - Les conflits du travail

**Conférencier :** Paul MOUSEL, avocat-avoué

**Public :** tous publics

**Droit d'inscription :** 2.000.- LUF, à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Dates :** 1, 3, 8, 10, 22 et 24 février 1994, de 19.00 à 21.00 heures

## COACHING

### Eine neue Führungsaufgabe

Coaching versteht sich als ein Betreuungs- und Beratungsangebot für Führungskräfte und zielt darauf, Berufspraktiker persönlich zu unterstützen, ihre Arbeit kompetenter zu gestalten. Persönliche und soziale Führungskompetenzen werden in Zukunft noch deutlicher im Mittelpunkt von Führungsarbeit stehen. Die Führungskraft wird vermehrt in Fragen zwischenmenschlicher Beziehungen (z.B. Veränderung des Führungsstils, Förderung von Teamar-

beit, Aufbau von Arbeits- und Projektgruppen, usw.) und Veränderungen von Organisation (z.B. Planung und Durchführung von Organisationsentwicklungsmaßnahmen, Auseinandersetzung mit neu geordneten Kompetenzen, usw...) konsultiert und gefordert werden. In diesem Sinne ist die Führungskraft nicht nur mehr Fachexperte, sondern auch in ihrer Rolle als Unterstützer, Entwickler und Förderer von Mitarbeitern gefragt. Entwicklungspotentiale der Mitarbeiter sollen rechtzeitig erkannt und aufgewertet werden. Coaching wird so zu einem entwicklungsorientierten Führen und realisiert somit einen mitarbeiterbezogenen Führungsanspruch.

Das Seminar möchte Führungskräften den Begriff des Coachings näher bringen und ihnen zur Realisierung dieses Anspruches psychologisches und kommunikatives Wissen und Know-how vermitteln, auf dem persönliche und soziale Führungskompetenz im Sinne eines entwicklungsorientierten Führens aufbaut.

- Programm:**
- Klärung des Begriffs Coaching im Rahmen von Führung
  - Die Führungskraft in Selbst- und Fremdbild
  - Die Führungspersönlichkeit in Beziehung zu den Mitarbeitern (Unterstützen, Entwickeln, Fördern)
  - Bewußtseinsbildung bei Führungskräften im Hinblick auf ihre Coachfunktion
  - Kommunikative Strategien für Beratungssituationen
  - Kollegiale Beratung als entwicklungsorientiertes Führungsmodell

**Referent:** Dr. Jean-Paul NILLES, Dr. phil. Kommunikationswissenschaftler/-trainer, Kumberg  
**Teilnehmerkreis:** Inhaber und Führungskräfte von **Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben**  
**Teilnahmegebühr:** 8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen  
**Datum:** Dienstag, den 1. und Mittwoch, den 2. Februar 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## Et si l'on se mettait à jour ?

Grâce aux mises à jour, vous ne cesserez d'épuiser les ressources de vos logiciels graphiques: c'est ainsi que vous assurerez un maximum d'efficacité et de rentabilité de vos investissements!

LINEHEART, distributeur agréé  
 ALDUS, QUARK et ADOBE.

XPRESS 3.2  
 ILLUSTRATOR 5.0.1  
 PHOTOSHOP 2.5.1  
 PAGEMAKER 5.0  
 FREEHAND 4.0

lineheart

professional publishing systems & graphic design

Lineheart s.à r.l. 117, rue de Mühlenbach L-2168 LUXEMBOURG tél 42 33 66 fax 42 33 55

## UNTERNEHMENSKULTUR - BETRIEBSKLIMA

Die Begriffe "Unternehmenskultur" und "Betriebsklima" werden heutzutage auffallend oft zitiert. In Anzeigen etwa ist die Rede von "gutem Betriebsklima", "guter Bezahlung", "guten Arbeitsbedingungen" oder "guten Aufstiegschancen". All diese Versprechungen stehen für eine positive Unternehmenskultur. Auch Mitarbeiter in Unternehmen sprechen davon - wenn auch öfters vom schlechten, als vom guten Betriebsklima. Das schlechte Betriebsklima sei verantwortlich für rückläufige Produktionszahlen, zu hohe Krankmeldungen, erhöhte Fluktuationsquoten, innere Kündigung, usw.. Hingegen führe ein gutes Betriebsklima zu guter Leistung und Rentabilität, niedriger Fluktuation, geringen Krankmeldungen und engagierten Mitarbeitern.

Die Teilnehmer dieses Seminars sollen anhand von Impulsreferaten ihr Bewußtsein für die Kultur im eigenen Unternehmen schärfen sowie Ansätze zum Überdenken erhalten.

- Programm:**
- Was ist Unternehmenskultur? (Idee und Begriff)
  - Ansätze zur Unternehmenskultur
  - Ebenen der Unternehmenskultur (Artefakte, Werte, Grundannahmen)
  - Indikatoren und Dimensionen der Unternehmenskultur (Arbeitsorganisation, Arbeitsbedingungen, Information, Kommunikation, Führung, Aus- und Weiterbildung, Identifikation, ...)
  - Typen von Unternehmenskultur
  - Leitbild und Unternehmenskultur
  - Ansätze zur Betriebsklimaanalyse:
    - Vom IST-Zustand zur SOLL-Strategie
    - Trugschlüsse und sonstige Meinungen

- Referent:** Dr. Jean-Paul NILLES, Dr. phil. Kommunikationswissenschaftler/-trainer, Kumberg  
**Teilnehmerkreis:** Inhaber und Führungskräfte von **Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben**  
**Teilnahmegebühr:** 8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen); vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen  
**Datum:** Donnerstag, den 3. und Freitag, den 4. Februar 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## LA QUALITÉ DANS LA PRESTATION DE SERVICE

La qualité est devenue un "must"; on pourrait même dire que c'est devenu une mode sans pour autant y donner un sens péjoratif ni galvaudé.

Et même si tout le monde en reconnaît le bien fondé, on reste avec une série de questions quant à savoir : si cela en vaut la peine? - si cela ne va pas nous causer d'autres difficultés ? - quelle sera la valeur ajoutée de cet investissement? - comment implanter la qualité de manière réaliste et réalisable?

- Objectifs:**
- vous permettre de vous y retrouver dans le "jargon" de la qualité
  - vous montrer les enjeux de la qualité et le "play off" que vous en retirerez
  - vous centrer sur la spécificité de la qualité dans les services
  - vous sensibiliser à la mesure de la qualité de service
  - vous présenter les méthodes et outils du management de la qualité
  - vous donner les pistes pour implanter la qualité dans votre entreprise

- Programme :**
- les enjeux de la qualité
    - bref historique sur la qualité
    - les concepts-clés de qualité
    - principes d'action
    - les enjeux
    - le "pay off" de la qualité dans mon entreprise
    - la qualité, c'est l'affaire de chacun



- la qualité de service
  - définition
  - la boucle de la qualité de service
  - les coûts de la qualité
  - les indicateurs de qualité
- processus d'implantation
  - méthode et outils
  - les 3 axes de la qualité
  - du projet de l'entreprise à l'implantation qualité
  - la stratégie d'implantation qualité

<b>Méthode :</b>	brefs exposés, illustrés par des exemples, études de cas, film vidéo, grille d'analyse, applications pratiques
<b>Conférencier :</b>	M. Eric MONNOYER, licencié en sciences économiques appliquées
<b>Public :</b>	Dirigeants et responsables des ressources humaines d'entreprises du <b>secteur des services</b>
<b>Droit d'inscription :</b>	11.500.- LUF, (documentation, boissons et 3 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce
<b>Dates :</b>	lundi 7, mardi 8 et mercredi 9 février 1994, de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

## LE DIALOGUE ET LA RHETORIQUE

### Savoir parler en public

L'impact du verbe a de tout temps été le puissant outil du communicateur. Maîtriser les techniques et la psychologie de l'art oratoire constitue, par conséquent, un atout considérable et indispensable à toute personne régulièrement amenée à négocier. L'objectif de ce séminaire sera donc d'informer les participants sur les mécanismes du dialogue et de la rhétorique et de les guider vers une communication verbale efficace et pertinente au quotidien.

<b>Programme:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La communication           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principes des base: émetteur/récepteur</li> <li>• La transmission d'un message, les mécanismes de blocage et de déblocage</li> <li>• Les trois étapes de la communication: le contexte, le non verbal, le verbal</li> </ul> </li> <li>- S'exprimer oralement           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel objectif dans quel contexte? quoi dire? à qui? comment?</li> <li>• Le fond, la forme</li> <li>• Le regard, la voix</li> <li>• Les gestes</li> <li>• Gérer le stress</li> <li>• Prendre le feed-back sur le groupe</li> </ul> </li> <li>- La rhétorique           <ul style="list-style-type: none"> <li>• favoriser le dialogue et les échanges</li> <li>• mieux convaincre et garder le contrôle grâce aux figures et procédés de rhétorique</li> <li>• l'aspirine dans le bonbon: les pseudo-généralités, les oui récurrents</li> </ul> </li> <li>- Mise en situation et applications           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Simulations de prises de parole</li> <li>• Exercices où chaque participant applique l'acquis à sa propre situation: discours officiel, animation de réunion, conférence</li> <li>• Check-list des outils acquis</li> </ul> </li> </ul>
-------------------	---

<b>Conférencier:</b>	M. Italo PRIMUS, Consultant et formateur en gestion des ressources humaines auprès du CEFEP, Manom (France)
<b>Public:</b>	Dirigeants et cadres d'entreprises des <b>secteurs de l'industrie, du commerce et des services</b>
<b>Droit d'inscription:</b>	8.800.- LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce
<b>Dates:</b>	jeudi 24 et vendredi 25 février 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## MEHR GELD VERDIENEN BEIM EINKAUF

### Spezialtraining für den zukunftssicheren Geschäftserfolg durch positive Lieferantenbeziehungen

Der richtige Einkauf ist für erfolgsbewußte Unternehmen der Garant für Vertrauen und Anziehungskraft beim Kunden. Wettbewerbsvorsprung, Profilierung, Sichabheben von anderen sind Erfolge kreativer Innovationen durch wertvolle Lieferantenbeziehungen. Spitzenleistungen guter Lieferanten steigern Umsatz und Ertrag.

In vielen Unternehmen fehlen jedoch Erfolgskonzepte, Ertragssteigerungsprogramme und Maßnahmenkataloge. Das Tagesgeschäft raubt die Zeit durch zu viele Routinebelastungen. Stress kostet Kraft.

In diesem Spezialtraining sind neue Erkenntnisse für die Praxis des erfolgreichen Einkaufs zu gewinnen. Weil Wachstum dem Optimismus folgt, lernen die Trainingsteilnehmer positives Denken. So entstehen partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen zu den richtigen Lieferanten.

Wer konkrete Ideen und Anregungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Lieferanten sucht, findet in diesem Spezialtraining die richtige Einkaufsstrategie.

Mit einer lernaktiven Trainingsmethode fühlen sich die Teilnehmer stark motiviert, die neuen Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen.

- Programm:**
- Neue Wege zum Aufbau und zur Pflege partnerschaftlicher Geschäftsbeziehungen
    - Leistungsergebnisse im Team finden
    - Persönlichkeitsbildung zum Einkaufs-Profi
    - Identifikation des Lieferanten mit eigenen Unternehmensstärken
    - Positive Argumentationsgewandtheit in der Gesprächsführung
    - Erfolgsatmosphäre schaffen
  - Strategische Ziele und Aufgaben für Lieferanten-Spitzenleistungen setzen
    - Verkäuferpraktiken erkennen und besser verstehen
    - Sympathiefelder in den persönlichen Beziehungen analysieren und nutzen
    - Lieferanten zu Nutzenbiestern erziehen
    - Der Wert der Erstinformation für den Wettbewerbsvorsprung
  - Psychologische Barrieren überwinden
    - Motivkonzentriert einkaufen
    - Frage- und Einwandtechniken für Geschäftspartnerschaften
  - Aussergewöhnliche Einkaufsvorteile erzielen
    - Moderne Methoden zur Anbieter-Analyse
    - Mit strategischer Motivation zum gemeinsamen Kundennutzen
    - Mit dialektischer Rhetorik sich gegenüber Lieferanten geschickt durchsetzen
  - Verhandlungsgeschick bei Monopolisten-Verhandlungen
    - Die strategisch richtige Verhandlungsvorbereitung
    - Wirkungsvolle Nutzenargumentation
    - Erkenntnisse zur Abschlußtechnik
  - Zusammenfassung der Trainingsergebnisse, zur Verwertung in der Praxis

**Referent:** Paul KÖCKMANN, Strategieberater und Motivationstrainer, Ratingen  
**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Zentraleinkäufer, Abteilungsleiter für Sortimentsbereiche, Einkaufsexperten von **Groß- und Einzelhandelsunternehmen und Einkaufsgenossenschaften** sowie Handels- und Lieferantenvertreter von **Industrieunternehmen**

**Teilnahmegebühr:** 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen  
**Datum:** Montag, den 28. Februar und Dienstag, den 1. März 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

### **La Chambre de Commerce est à votre service:**

• Consultations juridiques gratuites • Documentation économique • Renseignements commerciaux • Formation professionnelle • Informations sur le commerce extérieur • 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.

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

**Chambre de Commerce**

**L-2981 Luxembourg**

**Tél.: 43 58 53**

**Téléfax: 43 83 26**

## **ERFOLGREICHE WERBUNG UND VERKAUFSFÖRDERUNG IM HANDEL**

**Werbung, ein notwendiger Kostenfaktor,  
der aber nutzbringend und sinnvoll investiert sein sollte**

Werben Sie richtig? Betreiben Sie Verkaufsförderungsaktionen?

Die meisten, die dieses jetzt lesen, werden diese Fragen mit Sicherheit mit einem Ja beantworten. Einige werden vielleicht an die Zeit erinnert: In der Weise, daß sie eigentlich mehr, vielleicht auch eine bessere Werbung machen wollten, aber bisher nicht die Zeit gefunden haben, dieses zu tun. Immer wieder tröstet man sich damit, morgen, in den nächsten Tagen, in den nächsten Wochen. Und so vergeht Woche um Woche, Monat um Monat, nichts geschieht!

Dabei wäre es so einfach! Einmal die Entscheidung treffen, jetzt will (muß) ich einiges ändern.

Hierbei soll dieses Seminar gegebenenfalls helfen. Neben der Darlegung der unverzichtbaren Grundlagen erfolgreicher Werbung und Verkaufsförderung werden die psychologischen Erkenntnisse über das Verhalten des Verbrauchers, seine Wahrnehmung und sein Gedächtnis ausführlich dargelegt.

Wichtige Aspekte, um eine zielgruppengerechte Werbung konzipieren zu können.

Erfolgreich werben, eine Verkaufsförderungsaktion beschließen und durchführen, ist eben mehr als nur eine Anzeige schalten, einen Brief schreiben, oder ein anderes Werbemittel einsetzen.

Die Teilnehmer lernen die Grundlagen erfolgreicher Werbung und Verkaufsförderung kennen. Sie erfahren, welche Aspekte zu beachten und einzusetzen sind und lernen die psychologischen Zusammenhänge kennen, um zukünftige Werbemaßnahmen besser konzipieren oder beurteilen zu können.

Ein Aktiv-Seminar aus der Praxis, für die Praxis.

- Programm:**
- Werbung und Verkaufsförderung - zwei unverzichtbare Erfolgsfaktoren im Marketing-Prozeß
  - Ist die bisher gemachte Werbung aus "einem Guß"; was bedeutet Corporate Identity wirklich?
  - Besteht ein Werbekonzept, sind die Zielgruppen eindeutig definiert?
  - Psychologie der Werbung, die Wahrnehmung visueller Werbemittel und ihre Gedächtniswirkung - Bestimmungsfaktoren zur Wahrnehmung
  - Ist der Aufbau der eingesetzten Werbebotschaften eindeutig und klar? Löst die Werbebotschaft Handlungsimpulse aus?
  - Tips und Hinweise, wie man Werbung richtig und erfolgreicher gestalten kann.
  - Welche Werbemittel für welches Unternehmen?
  - Gibt es noch irgendwo Leistungsreserven, die bisher nicht genutzt wurden?
  - Verkaufsförderungsaktionen - das absolute "Muß"; sie sollten jedoch originell bzw. interessant gemacht sein.
  - Empfehlungen für gezielte Werbekampagnen bei interessierten Seminarteilnehmern
  - Praktische Übungen und Fallbeispiele.

**Referent:** Gerd REHBOCK, Vertriebs- und Werbeberater, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial-, Werbe- und Verkaufsleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von **Groß- und Einzelhandelsbetrieben sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe**

**Teilnahmegebühr:** 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke) vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:** Donnerstag, den 3. und Freitag, den 4. März 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## INTEGRATION DES VALEURS HUMAINES DANS LE CONCEPT DU MANAGEMENT POSITIF

"Mieux nous connaître et mieux nous guider pour plus d'efficacité et plus de productivité dans le respect et l'acceptation de l'autre" - tel sera l'objectif de ce séminaire qui, bien plus qu'une simple formation, sera un exercice de positivisme et de tolérance intégrée dans les concepts du management.

- Programme :**
- Qui sommes nous, quelle image avons-nous de nous?
  - Réalisons-nous ce que nous souhaitons réaliser?
  - Les paradoxes des responsabilités et des choix
  - Les paradoxes dus aux "demandes"
  - La loi des extrêmes
  - Les symptômes des malaises dont nous souffrons actuellement
  - Mise en pratique des systèmes dans la vie quotidienne
    - Choix de résolutions à mettre en place
    - Mise en place dans le schéma de vie actuel
    - Mise en garde contre les obstacles
    - Application d'un schéma de pensée positive tout en respectant nos personnalités

**Conférencier:** M. Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation

**Public:** Dirigeants et cadres des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription:** 8.800.- LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus),  
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Dates:** lundi 7 et mardi 8 mars 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## ANALYSE ET CONTROLE DES COÛTS

L'analyse et le contrôle des coûts constituent un souci majeur pour tout chef d'entreprise. Élément déterminant pour la fixation pertinente du prix de vente, la maîtrise des coûts permet en effet d'étayer une stratégie de conquête du marché cohérente, face à un environnement économique aléatoire. "Connaître les règles et les modèles de bon sens" sera donc le mot d'ordre de cette manifestation de haut niveau.

- Programme:**
- La maîtrise des coûts - outil de programmation, de préparation et de contrôle des décisions
    - Les charges
    - Les marges : contributions
    - Le seuil de rentabilité
    - Coût total - coût moyen - coût marginal
  - La prise de décision et les coûts pertinents
    - Méthodologie de la prise de décision
    - Décision du court terme
  - Exercices

**Conférencier:** M. Guy NIQUET, consultant et formateur en gestion financière auprès de la SESCOAM, Vendenheim (France)

**Public:** Dirigeants, responsables gestion et finances, cadres d'entreprises des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription:** 16.000.- LUF, (documentation, boissons et 3 déjeuners inclus),  
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

- La documentation consiste e.a. en deux volumineux ouvrages :
  - Coût de revient - analyse juridique et fiscale (G.Niquet)
  - Comptabilité analytique (J.Margerin et G.Ausset)

**Dates:** mercredi 9, jeudi 10 et vendredi 11 mars 1994, de 8.30 à 12.30  
et de 14.00 à 17.30 heures

## SICHERUNG DER LIQUIDITÄT - EINE UNTERNEHMENSPOLITISCHE NOTWENDIGKEIT

“Liquidität hat stets Vorrang vor Rentabilität” - dieses alte betriebswirtschaftliche Postulat kennzeichnet deutlich die notwendige Priorität der Erhaltung und dauerhaften Sicherung der Zahlungsfähigkeit. Doch welche Maßnahmen sind notwendig, um diese Bedingung zu erfüllen? Die Grundlage bildet stets eine Liquiditätsanalyse als Basis für die Liquiditätsplanung. Diese wiederum erfordert eine ständige Überwachung der Liquidität. In diesem Seminar werden anhand praktischer Beispiele die einzelnen Schritte zur Erhaltung der Liquidität aufgezeigt und zur Diskussion gestellt.

- Programm:**
- Die Sicherung der Liquidität als unternehmenspolitische Notwendigkeit
  - Durchführung und Aussagewert der Liquiditätsanalyse
    - Die Aufzeichnungen der Buchhaltung als Basis
    - Die Notwendigkeit der Korrektur der Bilanzzahlen unter Bewertungsgesichtspunkten
    - Die Ermittlung von Liquiditätsrelationen
    - Inhalt der Liquiditätsstufen
    - Der Aussagewert von Liquiditätskennziffern
    - Diskussion anhand eines praktischen Beispiels
  - Die Liquiditätsplanung
    - Das Phänomen der Ungewißheit bei der Liquiditätsplanung
    - Die besondere Bedeutung der zukünftigen Entwicklung der Zahlungsfähigkeit
    - Liquiditätsplanung als Teil der Finanzplanung
    - Der Zusammenhang mit anderen betrieblichen Planungsbereichen
    - Die Erstellung des Liquiditätsplanes
    - Diskussion anhand eines praktischen Beispiels
  - Die Überwachung der Liquidität
    - Kontrolle als zukunftsweisende Aufgabe
    - Anforderungen an eine Liquiditätsrechnung
    - Möglichkeiten der Liquiditätskontrolle
      - bei Vorliegen einer Liquiditätsplanung
      - als reine Ist-Aufstellung
    - Inhalt und Probleme einer täglichen Liquiditätskontrolle
    - Diskussion der Möglichkeiten anhand von Beispielen
  - Maßnahme zur Überwindung liquiditätsmäßiger Engpässe

- Referent:** Dr. Gerhard DORN, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Wiesbaden
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer und qualifizierte Mitarbeiter aus **Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben**
- Teilnahmegebühr:** 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und ein Mittagessen) vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
- Datum:** Montag, den 14. März 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

PAXTON TELEFONANSAGEN

### Die Audio-Visitenkarte für Ihre Firma

- Ansagen für Anrufbeantworter und Warteschleifen
- professionelle Sprecher mit Funk-, Fernseh- und Theatererfahrung
- mehrsprachige Produktionen ausschließlich mit Muttersprachlern
- umfangreiche Musikbibliothek mit allen Musikarten und Stilrichtungen
- Kreative Beratung



Denn der erste Telefonkontakt ist ausschlaggebend!

**PAXTON**  
AUDIO PRODUCTIONS

PAXTON sarl  
Postfach 41 · L-6905 Niederanven  
Telefon 34 89 75 · Telefax 34 84 52

Nutzen Sie unseren Erfahrungsvorsprung mit Banken, Handelshäusern, öffentlichen Institutionen, Kliniken, Arztpraxen und Anwaltskanzleien.

## FIT FÜR DEN SAISONSTART

### Verkaufstraining für Mitarbeiter im Einzelhandel

Es geht um den Verkauf beratungsbedürftiger Ware. Der Kunde ist wählerischer und kritischer geworden als früher. Das Vertrauen des Kunden zu gewinnen und ihn zu überzeugen ist nicht nur für junge Verkaufsmitarbeiter(-innen), sondern auch für Profis zu einer neuen Herausforderung geworden.

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.

Somit beinhaltet Kundenberatung eine Serviceleistung, die nicht kopiert werden kann; eine Leistung, die Einfühlungsvermögen, Fachwissen und Ideen der Verkaufsmitarbeiter mitverkauft.

Ziel des Intensiv-Trainings ist es, die Beziehungen zum Kunden zu intensivieren, seinen Kaufwunsch besser verstehen und ihn gezielter überzeugen zu können. Ferner wird angestrebt, sich selbst im Abschluß angemessen durchzusetzen.

Zwei Tage lang werden die Gesprächsfähigkeiten trainiert, die für die persönliche Arbeit wichtig sind (Tonbandaufzeichnungen und Korrekturhilfen in Kleingruppen).

- Programm:**
- Durch eigenes Verhalten die Beziehung zum Kunden aufbauen
  - Durch richtiges Gesprächsverhalten den Kunden und sein Problem besser verstehen
  - Durch kundengerechtes Sprechen leichter überzeugen
  - Durch eigene Überzeugung die Kaufentscheidung für den Kunden erleichtern
  - Durch kluges Verhalten auch mit unangenehmen Kunden klar kommen
  - Die notwendigen Gesprächsführungsfähigkeiten werden erarbeitet und trainiert

**Referent:** Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt,  
Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth-Gleuel

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

**Teilnahmegebühr:** 4.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:** Dienstag, den 15. und Mittwoch, den 16. März 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## MIT KOMPETENZ UND FREUNDLICHKEIT LEICHTER ÜBERZEUGEN

### **“VERKAUFSKUNDE” ... Wie bringe ich sie meinen Schülern und Verkaufsmitarbeitern praxisgerecht und interessant nahe?**

Alle die, die mit Menschen umgehen - ob als Pädagoge mit Schülern, als Verkäufer mit Kunden, als Chef mit Mitarbeitern - erfahren täglich, wie schwierig es ist, zu überzeugen. Damit ist nicht Anpassung oder Einwilligung, sondern die wirkliche Bejahung gemeint. Zahlreiche wissenschaftliche Veröffentlichungen helfen Praktikern, die andere in ihrem Sinne beeinflussen, wie sie dabei größeren Erfolg haben.

Auf der Grundlage motivationspsychologischer und humanpsychologischer Erkenntnisse diskutieren und trainieren wir im Workshop Fähigkeiten, die Sie erfolgreicher machen. Sie werden nach diesem Workshop für Ihr Verhalten im Umgang mit Schülern neue Verhaltensweisen anwenden können. Darüber hinaus sind Sie in der Lage, fundierte Aussagen zum Thema an Ihre Schüler zu vermitteln.

- Programm:**
- Die Zwei-Ebenen-Theorie von Prof. Watzlawick und die Konsequenzen für die Praxis
  - Was andere interessiert - Motive ermitteln, erkennen, befriedigen
  - Wie sich Menschen verhalten - die Transaktionsanalyse als Erkenntnismodell und deren praktische Umsetzung
  - Weitere Erkenntnisse der Überzeugungspsychologie und deren Konsequenzen für die Kommunikation
- Referent:** Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth-Gleuel
- Teilnehmerkreis:** Geschäftsinhaber, Verkaufstrainer, Fachberater, Ausbildungsleiter und andere Führungskräfte von **Groß- und Einzelhandelsbetrieben**, die sich mit der Personalentwicklung ihrer Verkaufsmitarbeiter beschäftigen; **Pädagogen an Berufsschulen**
- Teilnahmegebühr:** 5.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke) vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
- Datum:** Donnerstag, den 17. und Freitag, den 18. März 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## L'ANALYSE TRANSACTIONNELLE APPLIQUÉE A LA GESTION DES RELATIONS DANS L'ENTREPRISE

- Objectifs :**
- Apporter à l'individu une meilleure compréhension de soi et des autres grâce à une réflexion sur le comportement humain.
  - Etablir une communication aussi directe et authentique que possible entre les composantes affectives et intellectuelles de la personnalité.
  - Permettre à chacun de prendre conscience du pouvoir réel dont il dispose pour diriger sa vie, prendre ses décisions, élaborer son propre système moral, développer sa confiance en soi et en ses possibilités.
- Programme:**
- Savoir communiquer, le poids des mots, le choc des images
  - La formation de la personnalité
  - L'analyse des canaux de communication
  - La confiance en soi, le respect des autres
  - Savoir motiver et satisfaire les besoins au travail
  - L'autonomie et l'interdépendance dans les relations
  - L'interprétation et les dysfonctionnements de la communication
  - La communication par l'analyse de son processus
  - Savoir adapter son style de leadership par le choix du canal de communication
- Conférencier:** M. Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail
- Public:** Dirigeants et cadres d'entreprises des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**
- Droit d'inscription:** 8.800.- LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus); à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce
- Dates:** lundi 21 et mardi 22 mars 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

### **La composition du bureau de la Chambre de Commerce:**

**M. Joseph Kinsch, Président • M. Carlo Clasen, Vice-Président • M. Josy Welter, Vice-Président • M. Paul Meyers, Membre du bureau • M. François Schroeder, Membre du bureau**

## QUELLES FORMATIONS POUR MES COLLABORATEURS?

Lorsqu'un besoin en formation est exprimé par un ensemble d'individus rien n'est encore fait!

Il reste à définir les matières et les stratégies d'enseignement et, pour être complet, la méthode permettant d'adapter la formation au public visé tout en respectant les objectifs de l'entreprise.

En fait : Tout devra se justifier!

La construction d'une action de formation ne relève pas du hasard. Une obsession de l'entreprise actuelle est la recherche de la qualité totale. L'entreprise cherchera tous les moyens pour l'atteindre et un de ces moyens est la formation des différents acteurs. En formation il est aussi possible d'obtenir la qualité.

**Objectif:** Il s'agit de proposer des outils qui permettent : - d'évaluer une proposition de formation, - de construire un plan ou une action de formation.  
Mais aussi de proposer un outil facilitant la mise en place d'une formation.

**Conférencier :** Stéphane DUGNOILLE, consultant et formateur auprès de l'IFPM - Bruxelles

**Publics :** Dirigeants, cadres, chefs du personnel et responsables de formation des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription :** 10.000.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus),

à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Dates :** lundi 11, mardi 12 et mercredi 13 avril 1994, de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

## DAS GEDÄCHTNIS-SEMINAR

### Die klassische Mnemotechnik

Ein genaues bildhaftes Vorstellungsvermögen und die Fähigkeit, schnell und sicher zu assoziieren, sind die wichtigsten Voraussetzungen für besonders gute Gedächtnisleistungen. Die klassische Mnemotechnik verbessert Ihre schon vorhandenen natürlichen Fähigkeiten.

Sie lernen die grundsätzliche Arbeitsweise mit Merkplätzen. - Wie legen Sie sich Ihren persönlichen Speicher an? - Räumliche Gedankenverbindungen gehören zu den besten Gedächtnisstützen. - Praktische Übungen erklären genau, wie Sie sich wichtige Informationen unterschiedlicher Art einprägen. Der Topos (Merkplatz) dient als ideale Gedächtnisstütze.

Laterales Denken mit Hilfe von Merkplätzen steigert Ihre Kreativität. Einfallsreichtum und Schlagfertigkeit verbessern die Rhetorik. Der Topos macht Sie ideenreich.

Symbole und Bilder helfen Ihnen, Probleme sachgerecht zu erörtern und Zusammenhänge plastisch darzustellen. Wie Sie kurzfristige Änderungen des Redekonzepts bewältigen. Der Topos verhilft zum Denken in Bildern.

Moderne deutsche Idiomatik bringt Farbe und Anschaulichkeit in Ihre Sprache. Das bildprägende Formulieren wird leicht. Der Topos inspiriert Sie, am rechten Ort das rechte Wort zu finden.

- Programm:**
- Die Zauberkraft des Gedächtnisses
    - Ein aktuelles Beispiel für die Wirksamkeit und Zuverlässigkeit der Gedächtnistechnik
    - Das Geheimnis der Gedächtnis- und Konzentrationstechnik in der klassischen Mnemotechnik
  - Die klassische Gedächtnistechnik
    - Darstellung des klassischen Verfahrens
    - Wie kommt man zu einem überdurchschnittlichen Gedächtnis?
    - Mehrere Beispiele für die praktische Anwendung
    - Das Ortsgedächtnis kann man ausnutzen
    - Der Gedankengang als die Ordnung der Informationen
  - Das aktive Gedächtnis in der Rhetorik
    - Wirksame Gedächtnisstützen für das freie Reden



- Bilder und Symbole sorgen für Anschaulichkeit und Farbe
- Anregungen und Ideenspender für das lebendige Sprechen
- Änderungen des Konzeptes kurzfristig bewältigen
- Die "Quintessenz" als wirkungsvolle Argumentation (Fünfsatz-Technik)
- Überzeugen Sie mit Ihren Argumenten
  - Wirksames Argumentieren und diplomatisches Überzeugen
  - Die zweckmäßige Auswahl der Argumente
  - Situationsgerechter Beginn und zielgerichteter Gedankengang
  - Schlußfolgern ohne Brüche und Schwachstellen
  - Im Gespräch den Überblick behalten
- Besondere Merkverfahren
  - Die Kettentechnik, Vor- und Nachteile, Anwendungsmöglichkeiten
  - Das lebendige Alphabet: Die Assoziationen gelingen immer!
  - Tages- und Monatsbilder
  - Der Kalender im Kopf
  - Termine und Geheimzahlen (zum Beispiel PIN) ohne Papier merken

<b>Referent:</b>	Dieter WILHELM, Dipl.-Kfm., Kirkel
<b>Teilnehmerkreis:</b>	Inhaber, Geschäftsführer und Führungskräfte von <b>Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben</b>
<b>Teilnahmegebühr:</b>	8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen) vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
<b>Datum:</b>	Donnerstag, den 14. und Freitag, den 15. April 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## LA VENTE EN MAGASIN

Les produits et services concurrents se ressemblent de plus en plus et leurs prix se rapprochent. La grande DIFFERENCE qui attire les clients chez vous, c'est la manière dont vous ou votre personnel accueillez le client. Ce séminaire met en évidence l'accueil, la qualité du service et surtout le sourire! Lorsque nous en parlons, les participants rependent:

**"Nous faisons déjà tout ça!"**

Si cela est vrai alors tant mieux, vous êtes sur la bonne voie. La majorité de nos clients sont des personnes qui veulent à tout moment se perfectionner. Si au contraire vous n'êtes pas content de la façon dont vos clients sont accueillis, il est grand temps de réagir!

- Programme :**
- Comment aborder ou approcher le client?
    - Le premier contact avec le client est des plus importants. Il donne l'envie d'acheter et de revenir.
  - Comment traiter les objections?
    - Chaque participant s'entraînera à réagir positivement (sans appréhension) et surtout sans "conflit" aux objections qu'il rencontre régulièrement.
  - Comment résoudre les difficultés rencontrées dans la vente?
    - Le produit désiré n'est plus de stock et le vendeur veut en conseiller un autre
    - Le client hésite et le vendeur ne sait plus que faire
    - Le client dit qu'il va réfléchir et s'apprête à partir
    - Le vendeur se trouve face à plusieurs clients pressés
    - Autres cas exposés par les participants.
  - Comment conclure rapidement sans brusquer le client?
    - La conclusion et l'après-conclusion sont des phases essentielles pour la fidélisation du client. Il gardera le souvenir que vous lui laissez!

<b>Conférencier:</b>	M. Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation
<b>Public:</b>	Toute personne confrontée à la vente en magasin
<b>Droit d'inscription:</b>	4.000.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce
<b>Dates:</b>	lundi 18 et mardi 19 avril 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

# PERSONALAUSWAHL UND VORSTELLUNGSGESPRÄCH

## Organisatorische und psychologische Grundlagen des Auswahlvorganges

Im Rahmen der strategischen Unternehmensplanung ist der Produktionsfaktor Arbeitskraft ein wichtiges Element. Will ein Unternehmen eine zukunftsgerichtete und effiziente Personalpolitik betreiben, so muß es die Grundsätze erfolgreicher Personalauslese systematisch konzipieren und anwenden. Das Auswahlverfahren und die anzuwendenden Bewertungskriterien müssen durchdacht sein. Die Rollen derjenigen, die die Auswahlgespräche führen, müssen festgelegt werden.

Damit ergibt sich die Frage, welche Interviewformen gewählt werden sollen, um eine möglichst sichere Auswahl zu treffen. Dieser Vorgang ist personalwirtschaftlich weitreichend, da man sich von weniger erfolgreichen Mitarbeitern später nur schwer trennen kann.

Die erfolgreiche Mitarbeiterführung beginnt mit der Personalauswahl und mit der Einführung der Neuen. Das Vorstellungsgespräch als psychologischer Bewertungsvorgang ist in allen seinen Phasen für die Entscheidungsvorbereitung zu nutzen.

Interviewtechniken und passende Frageformen des Interviewers werden in diesem Seminar durch Rollenspiele und durch Diskussion eingeübt. Hinzu kommen Kategorien der Analyse und Bewertung der Bewerbungsunterlagen, die von den Interviewern zuvor zu prüfen sind.

### Programm:

- Personalauswahl als strategische Personalplanung
- Auswahl von Mitarbeitern - ein Beurteilungsvorgang
  - Vorgang der Beurteilung
  - Fehlerquellen
- Anforderungsprofile - Eignungsprofile
- Analyse der Bewerbungsunterlagen
  - Allgemeine Kriterien
  - Bewerbungsschreiben, Lebenslauf, etc.
  - Zeugnisse lesen
- Vorschläge für die Gesprächsführung beim Einstellgespräch
  - Haltung des/der Interviewer(s)
  - Regeln für die Gesprächsführung
  - Fragetechniken und Frageformen
  - Beispielhafter Fragekatalog
- Einführung und Einarbeitung des/der neuen Mitarbeiter(s)
  - Die ersten 100 Tage des neuen Mitarbeiters in seiner Arbeitsgruppe

### Referent:

Gundolf KÜHN, Dipl.disc.pol., Unternehmensberater, Lehrbeauftragter für Betriebssoziologie und Personalwesen an der Fachhochschule Giessen

### Teilnehmerkreis:

Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs, Nachwuchskräfte, die Personal-(Einstellungs-) Verantwortung übernehmen müssen, sowie andere leitende Mitarbeiter von **Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben**, die mit Einstellungsentscheidungen zu tun haben

### Teilnahmegebühr:

4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

### Datum:

Donnerstag, den 21. und Freitag, den 22. April 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## HÄUFIGE FEHLER BEI DER FÜHRUNG VON EINZELHANDELSBETRIEBEN

### Betriebsführung unter dem Röntgenschirm

Der Betriebserfolg bleibt häufig aus weil Fehler und Schwachstellen im Unternehmen nicht oder nicht rechtzeitig erkannt und keine geeigneten Gegenmaßnahmen zu ihrer Beseitigung ergriffen werden.

Ziel dieses Seminars ist es, den Teilnehmern gezielt die immer wieder auftretenden Fehler in den Hauptproblem-bereichen aufzuzeigen und ihnen konkrete Vorschläge zur Behebung festgestellter Schwachstellen zu machen.

- Programm:**
- Unternehmensführung
    - Mitarbeiterführung
    - Koordination im Betrieb
    - Finanzierungsfehler
    - Betriebsplanung
    - Betriebskontrolle
  - Marketing
    - Sortimentspolitik
    - Preispolitik/Kalkulation
    - Werbung/Verkaufsförderung

**Referent:** Manfred ABELS, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Weilerswist

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs sowie andere interessierte Führungskräfte von **Einzelhandelsbetrieben**

**Teilnahmegebühr:** 3.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:** Montag, den 25. April 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.00 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, den 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 einem Rückruf zusagen?
    - 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 und praktische Übungen

**Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations-Trainer und -Berater, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Inhaber und Mitarbeiter von **Industrie-, Handels-, und Dienstleistungsbetrieben**, die häufig telefonieren, insbesondere Verkaufssachbearbeiter im Innen- und Außendienst, Mitarbeiter von Kundendienst und Serviceabteilungen sowie Mitarbeiter im Telefonempfang

**Teilnahmegebühr:** 4.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:** Dienstag, den 26. und Mittwoch, den 27. April 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## KUNDEN BESCHWEREN SICH - REKLAMATIONEN RICHTIG BEHANDELN

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

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

Doch die Praxis kennt ein anderes Bild: Viele Verkäufer, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter mit Kundenkontakt vermitteln den 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.

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

**Programm:**

- Reklamationen und deren Ursachen. Wie verhalten sich die Kunden beim Vortragen ihrer Reklamationen? (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

**Referent:**

Gerd REHBOCK, Kommunikations-Trainer und Vertriebsberater, Hamburg

**Teilnehmerkreis:**

Inhaber und Mitarbeiter von **Industrie- und Handelsbetrieben**, z.B. Verkäufer im Innen- und Außendienst, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter im Telefonempfang, Personen, die Kundenkontakt haben, sowie andere Mitarbeiter, die mit Reklamationen befaßt werden können (Lager-, Versand- und Rechnungswesen, usw.)

**Teilnahmegebühr:**

4.000.- Franken, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:**

Donnerstag, den 28. und Freitag, den 29. April 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## L'OFFICE DU DUCROIRE

L'Office du Ducroire du Grand-Duché de Luxembourg est l'assureur-crédit public du Grand-Duché de Luxembourg.

L'Office a pour objet de favoriser le commerce extérieur par l'octroi de garanties propres à diminuer les risques, spécialement les risques de crédit qu'il comporte.

A cet égard, l'Office, toujours soucieux d'adapter ses moyens aux nouvelles exigences du commerce international, dispose d'un certain nombre d'instruments destinés à aider les entreprises luxembourgeoises actives dans le domaine de l'exportation de biens et de services.

La séance d'information vise à familiariser les entreprises avec les différentes possibilités de couverture dont dispose l'Office afin de mieux les sensibiliser aux moyens auxquels elles peuvent avoir recours. La conférence sera suivie d'une discussion.

**Conférencier:** M. Yves GONNER, attaché économique à la Chambre de Commerce  
**Public:** tous publics  
**Droit d'inscription:** 500.- LUF, à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce  
**Dates:** mercredi, 4 mai 1994, de 18.30 à 21.00 heures

## DIE QUALIFIKATION DER CHEFS VON MORGEN

### Förderungstraining für den Führungsnachwuchs

Wagnisse werden viel häufiger belohnt als viele ahnen. So jedenfalls ging es uns, als wir eine 2. Juniorengruppe bei der Handelskammer gründeten. Es ging um Vorstellungen von moderner Unternehmensführung und vor allem um Fragen der eigenen Persönlichkeitsbildung. Da ist Mut schon angesagt, aber, wie unsere Erfahrungen zeigen, wird dieser Mut auch reichlich belohnt.

Bei unserem ersten Treffen im Mai 1993 in Eschdorf, ging es um den Einstieg in das psychologische Denken, das die Wirklichkeit natürlich ganz anders betrachtet als die Ökonomie. Dabei wurde sehr schnell deutlich, daß Unternehmen nicht nur eine vordergründige wirtschaftliche Seite, sondern auch eine hintergründige soziale Seite aufweisen. Sie ist häufig Grund und Ausgangssituation für vielfältige Konflikte, die die tägliche Arbeit manchmal so schwierig machen und strategische Überlegungen so ungemein erschweren.

Deshalb haben wir uns ganz in Ruhe mit der sog. Transaktionsanalyse befaßt und einmal die grundsätzlichen Persönlichkeitsstrukturen eines Menschen herausgearbeitet. Dabei ging es uns um die sogenannten Eltern-, Kindheits- und Erwachsenen-Ichs, die wir ausführlich analysierten und die uns soviel Informationen über Andere und uns selbst übermitteln. Jedenfalls lernten wir, die betriebliche Wirklichkeit dadurch komplexer zu betrachten.

Bei unserem Novembertreffen in Eisenborn gingen wir diesen Themen weiter nach und verglichen sie aufgrund unserer vielfältigen eigenen Erfahrungen. Dabei interessierten uns vor allem Fragen des kritischen Eltern-Ichs und des angepaßten Kindheits-Ichs. Diese Persönlichkeitselemente finden wir in Betrieben immer wieder vor. Sie blockieren die Möglichkeiten, die Menschen haben, leider immer wieder und erschweren durch Diktate und Auswertungen einerseits und durch Unterordnungen und Ängste andererseits neue unternehmerische Entwicklungen.

Auch im Jahre 1994 haben wir wieder zwei Treffen geplant. Auf ihnen werden wir uns wieder mit Fragen der Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung befassen. Dabei wollen wir vor allem über Widerstände und Blockaden sowie über Spontaneität und Kreativität im Unternehmen diskutieren. Diese gilt es für die Zukunft zu fördern und zu entwickeln. Bei unserem zweiten Treffen wird es uns dann um Rationalität und Entscheidungskompetenz gehen. Dieses sogenannte Erwachsenen-Ich wird uns sehr eingehend beschäftigen, da es unsere vielfältigen Kompetenzen und Entwicklungspotentiale offenbart.

Diese Erkenntnisse werden wir dann für unsere künftige Chefrolle nutzen können und vielleicht einen neuen Weg in die Unternehmen von morgen gehen. Wer diesen Weg mit uns gehen will, ist ganz herzlich zu unseren Treffen eingeladen.

**Workshopleiter:** Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für ganzheitliche Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/Köln  
**Teilnehmerkreis:** Juniorinnen, Junioren und Führungsnachwuchskräfte von **Industrie-, Handels-, und Dienstleistungsbetrieben.**  
**Altersgrenze:** 35 Jahre  
**Teilnahmegebühr:** 5.000.- LUF, vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen  
**Datum:**

- 5. Workshop:  
Mittwoch, den 25. Mai 1994 (ab 17.00 Uhr)  
bis Freitag, den 27. Mai 1994 (17.00 Uhr)
- 6. Workshop:  
Mittwoch, den 9. November 1994 (ab 17.00 Uhr)  
bis Freitag, den 11. November 1994 (17.00 Uhr)

## CYCLE DE FORMATION A LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- Programme:**
- I - La place du Service du Personnel dans l'entreprise
    - Les facettes de la fonction "Personnel"
    - La décentralisation de la responsabilité Gestion des Ressources Humaines
    - L'audit de la dimension sociale de l'entreprise
  - II - L'étude du travail
    - La description de fonction - la monographie professionnelle
    - Les exigences de la fonction
  - III - La gestion des recrutements
    - L'organisation de la sélection
    - L'analyse d'un profil d'expérience
    - L'entretien de présélection
    - Les tests dans la sélection
  - IV - L'étude d'un système d'appréciation
    - La mise en place d'une procédure d'évaluation
    - L'entretien d'évolution de carrière
  - V - La formation dans l'entreprise
    - L'analyse des besoins
    - La conception de programmes
    - L'évaluation de l'acquis

**Conférencier:** M. Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail

**Public:** Chefs d'entreprise, directeurs du personnel et responsables de la gestion des ressources humaines d'entreprises des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription:** 15.000.- LUF (documentation et boissons inclus),  
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Dates:** les mercredis 1, 8, 15, 22 et 29 juin 1994 de 9.00 à 12.30 heures  
et de 14.00 à 17.30 heures

## ZUKUNFTSICHERUNG DURCH POTENTIALWECKUNG

### Entdecken Sie verborgene Potentiale ...

Die Zukunft meistern werden die Unternehmen und Menschen, die bereit sind, ausgetretene Wege zu verlassen um Neuland zu betreten - in jeder Beziehung!

Um die wünschenswerten Entwicklungen möglich zu machen, benötigen Sie "Werkzeuge", um das Know How Ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte noch besser zu nutzen, um ihre Kreativität und Innovationsfreudigkeit anzuregen - und die Eigenverantwortung zu stärken - kurz: Werkzeuge zur Weckung der "schlummernden" Potentiale des sogenannten "Human-Kapitals". Das Seminar ist eine Einführung in die modernsten Prinzipien und Methoden der Potentialweckung.

Das Seminar ist didaktisch so aufgebaut, daß sich theoretische Inhalte und praktische Übungen optimal ergänzen. Der Stil ist teilnehmerorientiert, respektvoll und praxisnah. Insbesondere NLP-Modelle sichern Ihren Seminarerfolg.

- Programm:**
- Unternehmen, die ihre Potentiale nutzen und in der "Krise" gewinnen
  - Welche Potentiale können Sie wecken und nutzen?
  - Was sind die Voraussetzungen dafür?
  - Welche Methoden gibt es? (Praktische Übungen dazu)
  - Wie erzeugen Sie Innovationen? (u.a. Einstein's Kreativitätsstrategie)
  - Wie erzeugen Sie Engagement?
  - Wie aktivieren Sie Ihre Mitarbeiter?
  - Praxisintegration: Was setzen Sie zuerst um bzw. ein?
  - Zukunftsvision: Erfinden Sie Ihre erfolgreiche Zukunft!

**Referent:** Rudolf W. HEGE, Dipl. Betriebswirt und NLP Master  
**Teilnehmerkreis:** Führungskräfte, Selbständige und Firmeninhaber aus **Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben**  
**Teilnahmegebühr:** 8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen) vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen  
**Datum:** Donnerstag, den 2. und Freitag, den 3. Juni 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## TECHNIQUES DE LA PROGRAMMATION NEUROLINGUISTIQUE APPLIQUEES AU MANAGEMENT HUMAIN

- Objectif :** Apprentissage des techniques de la programmation neurolinguistique (P.N.L.) qui permettent d'analyser, à partir d'indicateurs externes, comportementaux et linguistiques, comment tout individu construit ses filtres perceptifs et son expérience interne de la réalité.  
 Ce décodage précis des processus de la communication permet la détection correcte et la compréhension rigoureuse des motivations d'autrui. De plus, il apporte des ressources nouvelles en matière d'affirmation de soi et de défense de ses idées, quelle que soit la situation relationnelle.
- Méthode pédagogique :** Exposés interactifs, études de cas, exercices de simulation, jeux de rôles, interviews de groupe. Analyse critique des exercices.
- Programme :**
- Initiation pratique au métaprogramme et aux principaux concepts de la P.N.L. : VAKO, calibrage, synchronisation, ancrage, recadrage, charnières mentales, effaceurs mentaux, menu d'influence, etc..
  - Entraînement des participants à l'analyse précise de leurs modes relationnels afin de renforcer, grâce aux techniques de la P.N.L., leurs ressources personnelles en matière de communication.
  - Utilisation des techniques de la P.N.L. dans les domaines de la sélection, l'appréciation du personnel, la conduite de réunion, la négociation, la (re)motivation.
- Conférenciers :** M. Jacques DEFRENNE, Docteur en sciences du travail, Consultant et intervenant en entreprise  
 Mme. Chantale DELVAUX, Docteur en psychologie, Consultante en gestion des ressources humaines
- Publics :** Dirigeants et cadres d'entreprises des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**
- Droit d'inscription :** 8.800.- LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus); à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce lundi 6 et mardi 7 juin 1994, de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures
- Dates :**



## INTRALUX LOCATIONS

Camions, camionnettes, minibus  
 Plateaux, bennes et dépanneuses

LUXEMOURG	: 49 23 23
BETTEMBOURG	: 51 98 10
ESCH/ALZETTE	: 54 36 35
ESCH/LALLANGE	: 55 64 84
BASCHARAGE	: 50 02 91
MERSCH	: 32 73 33

## VENTE - LOCATION CONTAINERS



Z.I. Scheleck - Bettembourg  
 tél. 51 98 10 - fax 51 91 55

## LA CIRCULATION DE L'INFORMATION DANS L'ENTREPRISE

La première partie de ce séminaire constitue une approche d'un "système d'information" : les besoins exprimés par les hommes de l'entreprise et ceux qui sont spécifiquement liés à son activité génèrent un nombre important d'informations.

Quelles sont les natures de ces informations, comment évoluent-elles et sous quelles influences?

Une seconde partie assez courte, attirera l'attention des participants sur les risques de "vouloir trop bien faire" en matière de communication interne : information ou surinformation?

La troisième partie étudiera de façon pragmatique les médias à la disposition de l'entreprise, et la quatrième amorcera une réflexion commune sur les personnalités et rôles possibles de quelques communicateurs naturels de l'entreprise.

Au-delà de son aspect structurel ou théorique, ce séminaire se veut essentiellement pratique et interactif. Travail de cas, échanges d'informations...

**Programme :**

**I NATURE DES INFORMATIONS QUI CIRCULENT**

- Qu'est-ce qu'un système d'information?
  - 2 catégories d'informations
- Variation de besoins et de la nature des informations
  - Un système d'information varie avec la stratégie, l'environnement, la nature de l'activité, le cycle d'activité
- Niveau de décision et besoin d'information
  - 3 niveaux de décision = 3 natures d'information = 3 modes de décision
- Culture de l'organisation et systèmes d'informations
  - Différentes "mentalités" d'entreprises = formalisation plus ou moins poussée de l'information
- Nature des informations et style managérial

**II INFORMATION / SURINFORMATION?**

- Electronique et papier
- L'information est un outil de pouvoir
- Les avantages du terminal

**III L'ENTREPRISE ET SES MEDIAS**

- La presse d'entreprise et ses succédanés (le journal, les messages téléphoniques, la messagerie interne, le rapport annuel ...)
- Le projet d'entreprise : déroulement de l'opération, pièges à éviter
- Les études (internes et externes)

**IV QUELQUES COMMUNICATEURS**

- La Direction Générale
  - Quelques "typologies"
- Le Dircom
  - Existe-t-il un Dircom idéal?
- Différentes fonctions communicantes

**Conférencier :** Jean-Pierre NOUVEL, consultant et formateur en techniques de communication auprès de la SESCO, Vendenheim (France)

**Public :** Dirigeants et cadres d'entreprise des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription :** 8.800.- LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Dates :** lundi 13 et mardi 14 juin 1994, de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures



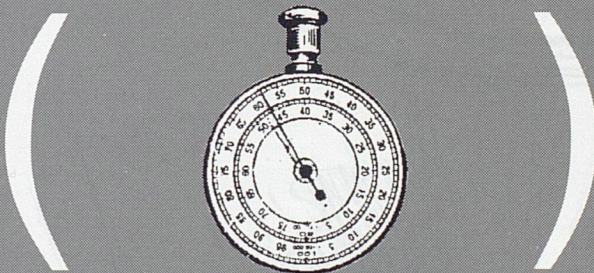
**1 LE BUT:**

# DES IMPRIMÉS DE QUALITÉ EN ÉCONOMISANT DU TEMPS ET DE L'ARGENT!

**2 LA RÉFLEXION**



**4 LA SOLUTION RAPIDE ET EFFICACE**

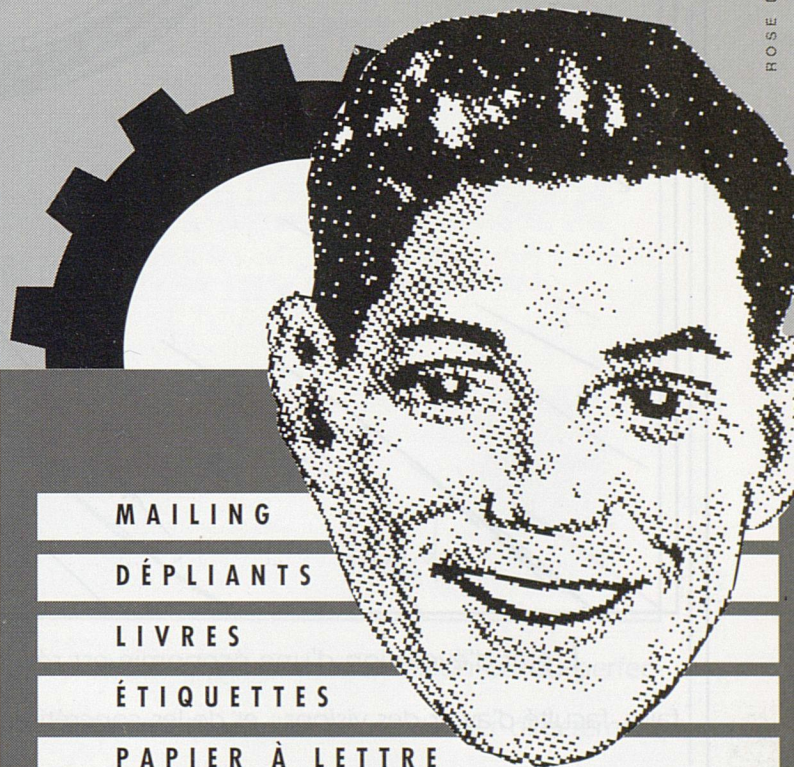


**3 LE NUMÉRO DE TÉLÉPHONE**



# 48 71 63

**5 LA PERFORMANCE ET LA TECHNIQUE**



ROSE DE CLAIRE

**6 L'IMPRIMÉ TERMINÉ:**

BROCHURES

JOURNAUX

PAPIER SORTI EN CONTINU

ANNONCES

PÉRIODIQUES

AFFICHES

MAILING

DÉPLIANTS

LIVRES

ÉTIQUETTES

PAPIER À LETTRE

RAPPORT ANNUEL

IMPRIMERIE HENGEN SARL

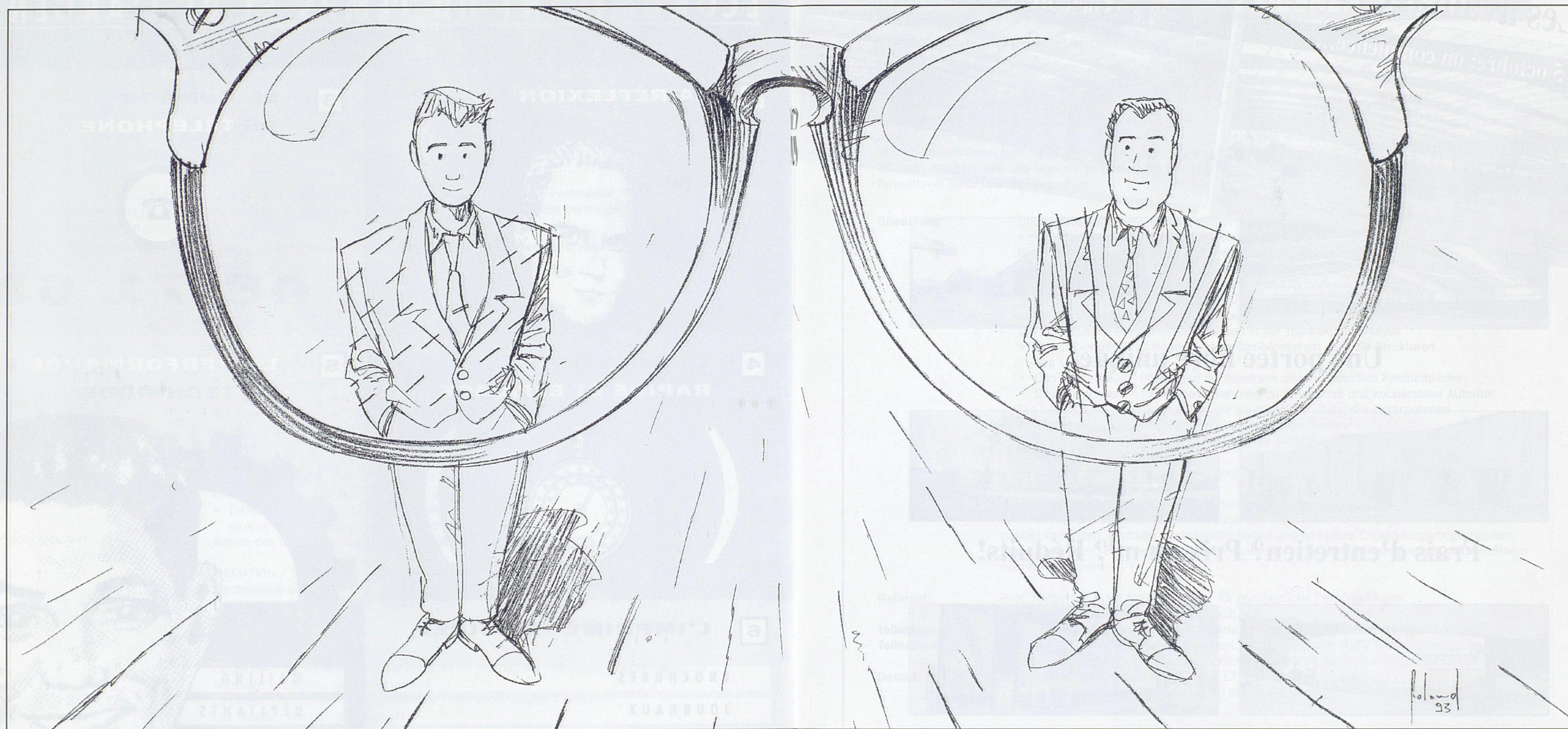
14, RUE ROB. STÜMPER  
ZONE D'ACTIVITÉ CLOCHE D'OR  
BP 1825 L-1018 LUXEMBOURG

TEL 48 71 63 FAX 40 46 18



NOUS SOMMES EN MOUVEMENT

# UNE VUE COMMUNE DE LA FORMATION



L'état d'évolution d'une économie est résultat d'une multitude de facteurs: volonté et capacité de faire, faculté d'avoir des visions - et de les concrétiser. Le potentiel humain, sa qualité, sa motivation et surtout son niveau de formation créent une valeur ajoutée qui distingue chaque entreprise. C'est là qu'intervient l'Institut National pour le Développement de la Formation Professionnelle Continue (INFPC).

Les professionnels de l'INFPC voient les choses en face. Leurs modules de formation reposent sur une approche que l'Institut partage avec les entreprises - aucune compétitivité sans évolution, et aucune évolution sans formation. Façonnés sur mesure, les programmes de formation de l'INFPC répondent aux

questions concrètes dans chaque contexte spécifique, que ce soit sur le plan de la formation ou du perfectionnement, ceci à niveau individuel ou collectif. Pour un premier contact, veuillez vous adresser directement à l'INFPC, M. Paul Jung, tél. 46 96 17, M. Marc Ant, tél. 46 96 18, ou Mme Myriam Fischer, tél. 46 96 16.

## ENSEMBLE RELEVONS LE DEFI !

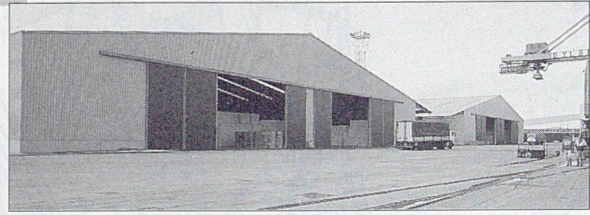
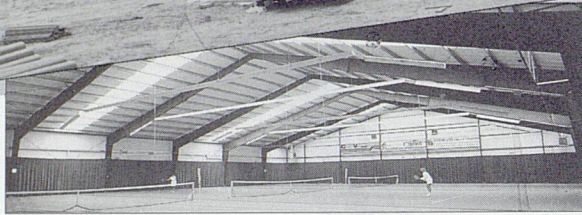
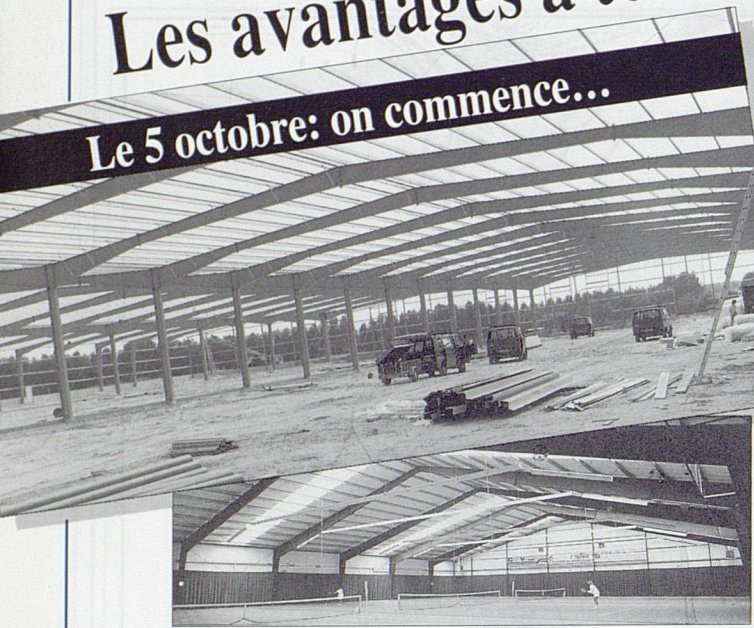
Institut National pour le Développement de la Formation Professionnelle Continue



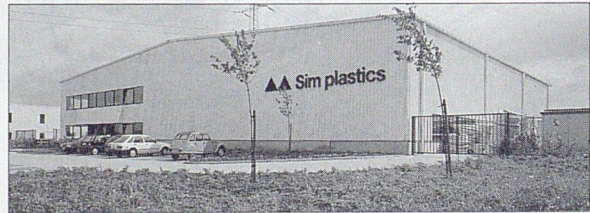
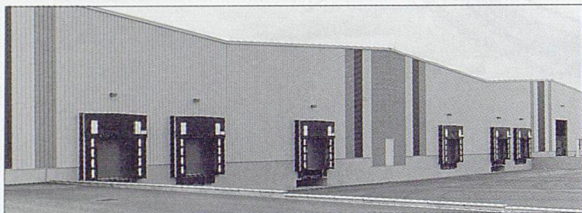
# Les avantages à toute épreuve du hall Remco

Le 5 octobre: on commence...

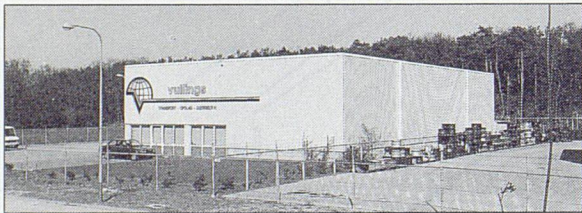
Le 25 octobre: c'est terminé!



## Une portée libre unique.



## Frais d'entretien? Prix au m<sup>2</sup>? Réduits!



## Un système fiable, une organisation puissante.

**Remco Building Systems: Interrogez-nous!**

Oui, je désire recevoir, sans aucun engagement, de plus amples renseignements sur le Système Remco.

- Envoyez-moi directement des informations plus détaillées.
- Votre conseiller peut me téléphoner pour un rendez-vous.

Entreprise: \_\_\_\_\_  
Mr/Mme: \_\_\_\_\_  
Tél.: \_\_\_\_\_  
Adresse: \_\_\_\_\_  
Code postal: \_\_\_\_\_ Commune: \_\_\_\_\_

Remco conçoit, calcule, produit et monte votre hall complet en acier, y compris le revêtement du toit et des murs. Le tout sous une seule direction, car nous n'avons qu'une parole. Tant en ce qui concerne les frais de construction que les délais de livraisons.

Interrogez votre entrepreneur à propos de REMCO. Ou renvoyez-nous le bon pour de plus amples détails.

**P.M.L.**  
project management luxembourg

**remco**  
building systems

85, Avenue Guillaume  
1651 LUXEMBOURG  
Tél. 45 77 95 - Fax 45 77 97

J. Monnetlaan 3  
1804 Vilvoorde-Cargovil  
Tél. 02/253.24.00 - Fax 02/253.24.56

## DIE BEWUßTE FÜHRUNG DER EIGENEN PERSON

### Wege zu kooperativer Autorität

Auf allen Ebenen geht es heute um mehr Kooperation, um mehr Miteinander. Der Einzelkämpfer gerät zunehmend an die Grenzen seiner Möglichkeiten, erfährt folgerichtig die Einsamkeit seines Denkens und Handelns.

Gesellschaft und Wirtschaft sind dabei, neben den Individualisten, den "complex man" zu stellen, der sich seiner selbst bewußter wird und bereit ist, auch soziale Verantwortung in Unternehmen und Institutionen zu übernehmen. Es geht ihm dabei um die Klärung seiner unbewußten Blockaden und vor allem seiner vielfältigen Möglichkeiten. Es ist ihm dabei sehr wichtig, vor allem seinen Beitrag zur Weiterentwicklung seines Unternehmens, zum Ausbau von Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Eine neue Form individueller Autorität steht an. Es geht um das Bewußtsein dafür und die Wege dazu.

#### Gliederung

- Unbewußte Autoritätsvorstellungen in den Unternehmungen
  - Von "Befehl und Gehorsam" zu "teamwork" und "Qualitätszirkel"
- Bewußtwertung individueller Persönlichkeitsstrukturen oder der Weg in die Transaktionsanalyse
  - Selbstentwicklung als dynamisches Ziel des Individualisten
  - Verantwortliche Mitgestaltung der Unternehmen und der Umwelt als komplexes Ziel echter Individualität
- Die individuellen Persönlichkeitsebenen in der Transaktionsanalyse
  - Das unbewußte "Gut-Böse"-System des Menschen oder die Strukturen des sog. Eltern-Ichs
  - Das "Lust-Unlust"-Phänomen als Ausdruck des individuellen Kindheits-Ichs
  - Das Erwachsenen-Ich als bewußter Weg zu Autonomie und kooperativer Autorität
- Die bewußtere Persönlichkeit und die künftige Gestaltung der Unternehmen
  - Das Unternehmen als technisch-ökonomisches System
  - Wenn das Unternehmen als kooperatives System nach Außen auf die Märkte verstanden wird
  - Unternehmen und Kooperation nach Innen, wenn es um mehr Miteinander geht

Die Veranstaltung ist als Workshop vorbereitet. Die gemeinsame Arbeit findet in einer offenen Atmosphäre statt. Neue Erkenntnisse und individuelle Erfahrungen werden sich miteinander verbinden. Wichtige Nachdenklichkeiten und komplexe Entwicklungsmöglichkeiten sind zugesichert. Ein intensiver sozialer Austausch wird den Workshop lange im Bewußtsein nachklingen lassen.

#### Referent:

Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für ganzheitliche Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erftstadt/Köln

#### Teilnehmerkreis:

Inhaber und Führungskräfte von **Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben**

#### Teilnahmegebühr:

8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

#### Datum:

Donnerstag, den 16. und Freitag, den 17. Juni 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

**DISTRIBUTION GENERALE**  
Business systems worldwide  
**LANIER 3400**




CITY	LUXEMBOURG
ARDENNES	MARNACH
NORD	ETTELBRÜCK

Tous les avantages d'un **PAPIER ORDINAIRE** à moindre prix!

**BITEC SOLUTION HOUSE**  
24, Rue Denis Netgen • L-3858 SCHIFFLANGE • Parking  
Tél.: 54 49 12/13/14/15

**BI CASH Lösungen**  
Perfekt vorgedacht. Eigene Programmierung. Guter Service.  
Wir sind sehr preiswert.




CITY	LUXEMBOURG
ARDENNES	MARNACH
NORD	ETTELBRÜCK

**Computerkassensysteme  
klein bis groß!**

**BITEC SOLUTION HOUSE**  
24, Rue Denis Netgen • L-3858 SCHIFFLANGE • Parking  
Tél.: 54 49 12/13/14/15

## EDV-GESTÜTZTES CONTROLLING

Kennzeichen der Wirtschaftssituation ist stagnierender, ja sogar rückgehender Umsatz bei gleichzeitig steigenden Kosten. In dieser Situation ist ein gezieltes Controlling für eine "schlanke" Unternehmensführung notwendig.

Die Aufbereitung der Plan- und Ist-Zahlen per EDV ist dabei eine wichtige Grundlage des Controlling.

- Programm:**
- Aufbau und Einordnung des Controlling-Systems im Unternehmen
    - Funktionen und Aufgaben des Controllers im Unternehmen
    - Verbund von strategischem und operativem Controlling
  - Voraussetzungen des Controlling im Unternehmen
    - EDV-gestützte Finanzbuchhaltung
    - Auftragssteuerung, Bestellwesen und Warenwirtschaftssystem
    - Absatz und Fakturierung
    - Erfassung der Ist-Kosten pro Kostenstelle und Kostenträger
  - Unternehmensplanung - Budgetierung
    - Umsatzplanung, Vorgabe pro Produkt
    - Budget pro Kostenstelle
    - Planung der Leistungskennzahlen für Verwaltung, Vertrieb, Lagerhaltung, Dienstleistungsbereiche
    - Finanzplanung
    - Planung von Investitionen
    - EDV-gestützte Erfassung der Budgetierung per PC
  - Kennzahlen als Steuerungsinstrumentarium
    - Soll-Ist-Vergleich im Absatz pro Produkt bzw. Produktgruppe per PC - Wird an dem Produkt verdient?
    - Soll-Ist-Vergleich von Soll- und Ist-Kosten pro Kostenstelle per PC - Wie sind die Kostenabweichungen zu erklären?
    - Soll-Ist-Vergleich der Finanzen per PC - Warum sind Kredite teurer als geplant, warum halten Kunden Zahlungsziele nicht ein?
    - Investitionsmanagement per PC - Machen sich die Investitionen bezahlt?
  - Stufenweise Einführung des Controlling ins Unternehmen
    - Ist-Aufnahme und Ist-Analyse - Was ist schon vorhanden?
    - Soll-Konzeption - Wie sieht das unternehmensbezogene Controlling aus?

- Referent:** Prof. Heinrich BOCKHOLT, Dipl.Kfm., Fachhochschule Koblenz
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere qualifizierte Mitarbeiter von Betrieben aus dem **Groß- und Einzelhandelsbereich sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe**
- Teilnahmegebühr:** 4.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
- Datum:** Montag, den 27. Juni 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr
- N.B.:** Ce séminaire est également accessible aux intéressés d'expression française

## LA GESTION DU TEMPS

Depuis toujours, le temps intrigue, interroge et interpelle. Dans l'absolu, il fait rêver ou réfléchir mais au quotidien, souvent il contraint et opprime. Le temps constitue donc un facteur qu'il convient de dompter, puis d'utiliser à bon escient pour optimiser son efficacité et éviter au mieux toute forme de stress.

- Exemples des sujets traités :-**
- Les mangeurs de temps : comment les détecter et les combattre
  - Les imprévus prévisibles
  - Les priorités : comment les fixer et les respecter
  - Déléguer : pourquoi, quoi, comment, jusqu'où?
  - Recettes pour gagner du temps

- Conférencier :** M. Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation
- Public :** dirigeants et cadres des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**
- Droit d'inscription :** 5.500.- LUF, (documentation, rafraîchissements et déjeuner inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce
- Date :** mercredi, 5 octobre 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## LA DÉLÉGATION DE RESPONSABILITÉS

Un management efficace implique indubitablement la délégation de certaines responsabilités, délégation qui, cependant, est régie par différents critères qu'il convient d'observer pour éviter la désorganisation générale.

L'objectif de ce séminaire sera donc d'éclairer les participants sur les procédures en amont/aval, ainsi que les stratégies nécessaires à la mise en place d'une délégation.

- Programme :**
- Le contexte :
    - La responsabilité : définition, limites, formaliser l'existant
    - Le management : historique des styles, la conduite par objectifs, le management gagnant-gagnant
  - Déléguer :
    - Intérêts pour le délégateur, pour le délégataire
    - Déléguer : la relation délégateur-délégué
    - Les 6 étapes indispensables à la préparation d'une délégation
    - La mise en oeuvre
    - Les principes à respecter
    - Les conséquences de la délégation
    - Le partage de ses responsabilités
  - Pérenniser la délégation :
    - La nouvelle hiérarchie
    - Le partenariat
    - Le partage des tâches
    - Le projet d'entreprise, vecteur de motivation et de stratégie à long terme vers la qualité

**Conférencier :** M. Italo PRIMUS, Consultant et formateur en gestion des ressources humaines auprès du CEFEP, Manom (France)

**Public :** Dirigeants et cadres d'entreprises des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription :** 8.800.- LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus),

à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Dates :** lundi 17 et mardi 18 octobre 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## LA SECURITE AU TRAVAIL

### Comment renforcer l'application des consignes de protection individuelle?

Si l'évolution industrielle a augmenté le risque d'accidents au travail, le développement du droit du travail et de la sécurité sociale ont permis, pour leur part, l'étude et la conception d'équipements prenant la sécurité en grande considération.

La sécurité et l'hygiène font partie, depuis quelques décennies, des piliers de la concertation sociale. L'organisation de la prévention a atteint tous les acteurs de la vie politique, économique, industrielle et sociale. Il faut néanmoins remarquer que les accidents restent toujours nombreux. Le personnel n'applique pas ou mal les consignes de sécurité.

- Pourquoi cette situation existe-t-elle?
- Comment y aurait-il moyen de renforcer la prise de conscience des dangers dans l'environnement professionnel et amener chaque intéressé à l'autonomie et à l'interdépendance dans le respect des normes de sécurité pour lui et pour les autres?

C'est à ces deux questions que nous nous proposons d'apporter des ébauches de solutions.

- Programme :**
- Introduction
  - Comment identifier les personnalités à haut risque??
  - Les attitudes face au danger
  - Les critères de sélection
  - La culture de groupe
  - Savoir intervenir auprès des individus et des groupes
  - Le contrat d'engagement personnel

**Conférencier :** M. Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail

**Public :** Dirigeants de PME, responsables sécurité et agents de maîtrise du **secteur de l'industrie**

**Droit d'inscription :** 5.500.- LUF, (documentation, boissons et déjeuner inclus); à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Date :** mercredi 19 octobre 1994, de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures.

# WIE SIE AN IHRE KUNDEN BESSER VERKAUFEN UND NEUE KUNDEN GEWINNEN KÖNNEN

## Verkaufstraining für den Großhandel - Grundseminar

Verkaufen ist härter geworden. Die Kundenumsätze stagnieren bzw. sind rückläufig. Darüber hinaus ist der Preis- und Konkurrenzdruck stärker geworden. Immer mehr Verkäufer müssen sich weniger Aufträge teilen. Hier gilt es, nicht nur sich umzustellen, sondern auch neue Einsichten zu gewinnen.

Ohne entsprechende Anforderungen an den Außendienst und ohne Leistungsvorgaben bleiben die erhofften Erfolge bei den Unternehmen aus. Heute kommt es mehr denn je bei dem Verkäufer auf seine allgemeine Arbeitshaltung, seine innere Leistungsbereitschaft, seine persönliche Einstellung zur Verkäufertätigkeit und auf sein gebündeltes Wissenspotential an.

Deshalb ist es für jeden Unternehmer wichtig, sich genauere Gedanken über die Qualifikation seiner Verkaufsmitarbeiter - gleich, ob im Innen- oder im Außendienst - zu machen. Sind sie alle wirklich den gestiegenen Anforderungen gewachsen?

Hier soll dieses Grundseminar helfen. Durch praxisbezogene Fallbeispiele und Rollenspiele werden die einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses und der richtigen Kundenbehandlung durchgearbeitet, persönliche Schwachstellen aufgezeigt und Verbesserungsmöglichkeiten diskutiert. Daneben werden Arbeitshilfen zur Leistungsverbesserung empfohlen, die auf ihre individuelle Anwendung hin geprüft sind.

- Programm:**
- Mit welchen Schwierigkeiten hat der Verkäufer im Außendienst heute zu kämpfen?
  - Der Verkäufer und seine Kunden (Stamm- und Neukunden)
  - Die Bedeutung richtiger Gesprächsführung für den Verkaufserfolg
  - Theoretische Grundlagen der Kommunikation und der Gesprächsführung
  - Worauf Sie beim ersten Kundenbesuch achten müssen
  - Wie der Verkäufer beim Kunden besser "ankommt"
  - Die zehn Stufen des erfolgreichen Verkaufsgesprächs
  - Richtige Vorbereitung des Kundenbesuches
  - Zusammenstellung von Verkaufsargumenten, Demonstrations- und Präsentationstechniken
  - Abschlußchancen erkennen und nutzen
  - Kleinigkeiten, die über Erfolg oder Mißerfolg entscheiden können
  - Individuelle Fehleranalyse im Verkaufsgespräch
  - Rollenspiele und Fallstudien mit anschließender Beurteilung
  - Erarbeitung einer individuellen Checkliste und eines Maßnahmenkataloges zum Abbau dieser "persönlichen Schwachstellen" im Verkaufsprozeß

**Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations-Trainer und Vertriebsberater, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Verkäufer und Kundenberater sowie Nachwuchskräfte aus allen Verkaufsbereichen des Großhandels, die ihre Kunden besser beraten wollen, um somit effektiver verkaufen zu können

**Teilnahmegebühr:** 4.000.- Franken, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der der Handelskammer zu überweisen

**Datum:** Donnerstag, den 20. und Freitag, den 21. Oktober 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## BERUFSNEULING?...SO FÜHREN SIE DAS VERKAUFSGESPRÄCH SICHERER

### Einsteiger-Seminar für Verkäufer(-innen) im Einzelhandel

Das Verkaufsgespräch mit immer kritischeren Kunden ist selbst für Profis nicht immer einfach. In diesem Verkaufsseminar wird gezeigt, worauf es hierbei ankommt. Die meisten Verkaufsmitarbeiter im Einzelhandel haben sich den Umgang mit Kunden selbst beigebracht: ein mühsamer Weg. Man kann sich den Start in die Berufspraxis erheblich erleichtern, wenn man gleich den richtigen Weg erkennen und gehen kann.

- Programm:**
- Die verkäuferischen Anforderungen bei unterschiedlichen Anbietungsformen: vom Aushändigungsverkauf bis zum Beratungsverkauf
  - Ausdrucksformen der Verkäuferpersönlichkeit und wie sie praktisch zur Geltung kommen
  - Der rote Faden fürs Verkaufsgepräch
  - Worauf es im Verkaufsgepräch wirklich ankommt: Kundenfreundlichkeit und Kundenorientierung
  - So sprechen Sie den Interessenten leichter an
  - So verstehen Sie besser was der Kunde wirklich will
  - So überzeugen Sie den Kunden leichter
  - So gehen Sie auf Kundeneinwände richtig ein
  - Ihr persönliches Entwicklungskonzept für die Berufspraxis
- Referent:** Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth-Gleuel
- Teilnehmerkreis:** Berufsanfänger und Auszubildende im **Einzelhandel**
- Teilnahmegebühr:** 7.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
- Datum:** Donnerstag, den 24. , Freitag, den 25. Oktober, Mittwoch, den 28. und Donnerstag den 29. November 1994, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr


## FORMALOG

### Un logiciel de formation à la maintenance


- Les contraintes :** La disponibilité des outils de production est un souci permanent des responsables industriels. L'industrie belge et plus particulièrement les fabrications métalliques ont analysé la situation et proposent des solutions. La disponibilité passe obligatoirement par une maintenance efficace. La puissance d'un service de maintenance se jugera sur sa maîtrise du diagnostic et des techniques de gestion. Les techniciens actuels devront maîtriser ces outils. Ils devront faire face à de nouvelles technologies, de nouvelles conceptions, de nouvelles méthodes, ... Les techniciens actuels possèdent déjà une base technologique importante. Il faut donc leur donner les outils nécessaires pour aborder les techniques nouvelles.
- Les solutions :** La solution formation est évidente. Il faut donner les outils nécessaires aux techniciens. Ils doivent être capables d'aborder de nouvelles techniques et technologies, de diagnostiquer efficacement un défaut, de justifier leurs diagnostics, de transmettre et d'échanger leurs informations, de prendre une décision, de gérer des stocks, etc. C'est l'intégration de ces capacités qui fera la compétence des hommes de maintenance. Un programme de formation visant cette compétence a été mis au point par l'I.F.P.M., ensemble avec différents partenaires (FN, AFORP, CATERPILLAR). Les techniques de groupe couplées à l'utilisation de l'ordinateur (outil de simulation, de réflexion logique, de décision, de contrôle) sont les bases de cette formation. Des applications industrielles fournies par les participants au cycle servent de base aux travaux de groupe. Un logiciel d'enseignement assisté par ordinateur permettra des réflexions individuelles sur la logique et sur les méthodes de travail.
- Formateur :** Stéphane DUGNOILLE, spécialiste du logiciel FORMALOG - IFPM (Bruxelles)
- Public :** Opérateurs de production et agents de maintenance
- Droit d'inscription :** 15.000.- LUF, (documentation et rafraîchissements compris), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce
- Dates :** lundi 7, mardi 8, mercredi 9, lundi 14, mardi 15 et mercredi 16 novembre 1994, de 8.30 à 12.30 et de 13.30 à 17.30 heures



**DISTRIBUTION GENERALE**  
**LANIER 6432**



**Service par BITEC**  
- Luxembourg G.D. (L)  
- Province Lux. (B)



**BITEC**

CITY	LUXEMBOURG
ARDENNES	MARNACH
NORD	ETTELBRÜCK

Rendement, compacité:  
un excellent investissement

**BITEC SOLUTION HOUSE**  
24, Rue Denis Netgen • L-3858 SCHIFFLANGE • Parking  
Tél.: 54 49 12/13/14/15

**Kassensysteme**  
Eigene Programmierung. Guter Service. Sehr preiswert.  
TA Kassensysteme by BITEC



**CMS 8200**  
beschleunigt den Kassenvorgang



**CMS 9200**  
bringt Ihnen schnell  
das Geld in die Kasse



**BITEC**

CITY	LUXEMBOURG
ARDENNES	MARNACH
NORD	ETTELBRÜCK

**BITEC SOLUTION HOUSE**  
24, Rue Denis Netgen • L-3858 SCHIFFLANGE • Parking  
Tél.: 54 49 12/13/14/15

## MEHR UMSATZ BEI WENIGER KOSTEN DURCH LOGISTIK

**Programm:**

- Auf der Suche nach optimalem Dienst am Kunden
  - Wie sind logistische Leistungen zu steigern?
  - Wie bestimmen Kunden- und Lieferantenbeziehungen den Wirkungsgrad der Logistik?
  - Wie sind positive Erfahrungen anderer zu nutzen?
- Wer Just-in-Time will, wird Logistik beherrschen
  - Wie verändert Logistik die Unternehmensorganisation?
  - Wie sind kritische Produktivitätsreserven zu ermitteln?
  - Lernen aus der Kybernetik = Grundlagen moderner Logistik!
- Vernetzte EDV-Systeme zur Führungsorganisation
  - Wie sind "verkrustete" Organisationen durch EDV aufzulösen?
  - Wie sind überflüssige Kosten in den Abläufen zu eliminieren?
  - Wie sind die Vorteile der EDV zu nutzen?
- Kunden-Service-Center: Ideen für neue Planungskonzepte
  - Wie bestimmt die strategische Planung der Logistik den Einsatz von Förder- und Lagertechnik?
  - Wie sind perspektivische Versorgungskonzepte in praktische Just-in-Time-Leistungen umzusetzen?
  - Auswahlkriterien für den Einkauf von Logistik-Lösungen!
- Just-in-Time - das Rationalisierungskonzept Nr. 1
  - Wie beeinflusst das Controlling den Erfolg durch Logistik?
  - Wie ist der Produktivitätsfortschritt und Ertrag durch Just-in-Time?
- Zusammenfassung der Trainingsergebnisse zur Verwertung in der Praxis

**Referent:**

Paul KÖCKMANN, Strategieberater und Motivationstrainer, Ratingen/Düsseldorf

**Teilnehmerkreis:**

Unternehmer, Geschäftsführer, leitende Mitarbeiter aus **Großhandel, Dienstleistungsgewerbe, Industrieunternehmen** sowie Verkaufsleiter, Einkaufsleiter, Betriebsleiter und Mitarbeiter aus der EDV, Unternehmensplanung, Controlling, die sich für Logistik interessieren

**Teilnahmegebühr:**

4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:**

Montag, den 7. und Dienstag, den 8. November 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## **PREVENTION ET GESTION DES VOLS, ACTES DE VANDALISME, AGRESSIONS ET COMPORTEMENTS MARGINAUX**

Comment faire face aux délits et actes antisociaux qui se multiplient dans les surfaces commerciales?

**jeudi, 10 novembre 1994 de 19.00 à 21.30 heures**

### **Module 1: PROFIL PSYCHOLOGIQUE DES DELINQUANTS**

- qui sont les voleurs, agresseurs et délinquants... des personnes comme vous et moi, des jeunes, des psychopathes, des immigrés, des toxicomanes?
- les différentes personnalités et caractéristiques des individus qui enfreignent les normes
- les facteurs explicatifs de la délinquance et de la violence
- la conjoncture économique favorise-t-elle de nouvelles formes de délinquance?

**jeudi, 17 novembre 1994 de 19.00 à 21.30 heures**

### **Module 2: DELINQUANCE ET SOCIETE**

- de l'époque des gangs et "l'entrée dans la société industrielle" à la violence diffuse et omniprésente d'une société en pleine mutation

**jeudi, 24 novembre 1994 de 19.00 à 21.30 heures**

### **Module 3: LES GRANDS ENSEMBLES COMMERCIAUX**

- les différents types de passage à l'acte que connaissent les grandes surfaces commerciales
- la violence et les agressions commises dans les cités commerciales
- sentiment d'insécurité et insécurité effective
- violence et urbanisation
- les effets de l'urbanisme sur la délinquance : la notion d'espaces dangereux - espace de sécurité, espace connu - espace non-connu, la symbolique du territoire

**jeudi, 1er décembre 1994 de 19.00 à 21.30 heures**

### **Module 4: POUR UNE PREVENTION EFFICACE DES DIFFERENTES FORMES DE DELINQUANCE**

- comment élaborer une stratégie préventive et une appréhension intelligente des différents types de délinquance?
- peut-on prévoir certaines formes de délinquance?
- les différentes techniques de contrôle social à mettre en oeuvre dans les zones commerciales et leurs effets dissuasifs
- à qui s'adresse la dissuasion : dissuasion spécifique et dissuasion générale
- la certitude d'être pris en flagrant délit a un effet dissuasif plus efficace que la sévérité de la sanction

**jeudi, 8 décembre 1994 de 19.00 à 21.30 heures**

### **Module 5: COMMENT AGIR FACE AUX DELINQUANTS?**

- comment interpellier le contrevenant : les aspects psychologiques et juridiques?
- que permet la législation pénale au Grand-Duché de Luxembourg?
- à qui faire appel en cas de problèmes?

**Conférencier :** Philippe LANNOY, criminologue, spécialiste en techniques de communication

**Public :** Propriétaires, dirigeants et responsables de la sécurité des petites, moyennes et grandes surfaces commerciales (multi-caisses)

**Droit d'inscription :** 7.500.- LUF (documentation comprise), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

## MITARBEITERMOTIVATION DURCH PRÄMIEN UND ERFOLGSBETEILIGUNGEN

Ein angemessenes Gehalt ist noch immer der stärkste Leistungsanreiz. Leistungslohn motiviert die Mitarbeiter zu guten Arbeitsergebnissen und hilft, die Personalkosten besser in den Griff zu bekommen. Nachhaltig Erfolg wird ein Unternehmen mit einer leistungsabhängigen Entlohnung aber nur dann erzielen, wenn das Leistungslohnsystem betriebsindividuell konzipiert wird, wenn die Entlohnungsgrundsätze für die Mitarbeiter leicht durchschaubar sind und wenn alle beteiligten Mitarbeiter tatsächlich die Chance haben, durch ihre Leistung ihr Einkommen zu beeinflussen.

In diesem Seminar soll ein Überblick über die Möglichkeiten der leistungsbezogenen Entlohnung für die verschiedenen Personengruppen im Handelsunternehmen anhand von Beispielen aus der Beratungspraxis erläutert werden.

**Programm:**

- Vorüberlegungen zur Leistungsentlohnung
  - Die Ziele
  - Voraussetzungen bei Leistungslohnsystemen
  - Prämienformen
  - Prämientopf
- Arten des Leistungslohnes
  - Spezielle Ziele
  - Einbezug der Mitarbeiter
- Prämiensysteme für den Verkauf anhand von Fallbeispielen
  - Umsatzbonus als Einzelprämie
  - Umsatzprovision als Einzelprämie
  - Stückprämien
  - Umsatzprovision mit festem Personalkostensatz
  - Deckungsbeitragsprovision mit gestaffeltem Satz
  - Umsatzprovision, gestaffelt nach Handelsspanne
- Prämiensysteme für leitende Mitarbeiter
  - Abteilungsleiter
  - Geschäftsführer
- Prämiensysteme für den Service-Bereich
  - Generelle Möglichkeiten
  - Beteiligungen für Bereichsleiter
- Fallstudie "Lohnsystem"
- Arbeitsrechtliche Fragen
- Einführung und Kontrolle von Prämiensystemen

**Referent:**

Manfred ABELS, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Weilerswist

**Teilnehmerkreis:**

Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs sowie andere interessierte Führungskräfte von **Industrie- und Handelsbetrieben**

**Teilnahmegebühr:**

3.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:**

Montag, den 14. November 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## LEISTUNGSSTEIGERUNG UND PERSÖNLICHKEITSPROFILIERUNG IM VERKAUF

### Verkaufstraining für den Großhandel - AufbauSeminar

Warum glauben eigentlich so viele Verkäufer mit Kundenkontakt, daß Sie sich nicht weiterbilden beziehungsweise nichts Neues lernen müssen? Ein paar Jahre Praxis reichen aus, um als Verkäufer immer zu wissen, was man tun muß, um sich immer richtig zu verhalten.

Eine Annahme, die grundlegend falsch ist! Jedes Seminar beweist es immer wieder. Wissen diese Verkäufer eigentlich, wieviel Umsatz sie schon verschenkt haben, wieviele Kunden sie schon verloren haben, wieviele Kunden ihnen Vorbehalte entgegenbringen, nur weil sie sich als Verkäufer im Verkaufsgespräch "falsch", d.h. nicht immer situationsgerecht, verhalten haben?

Untersuchungen zu diesem Problembereich beweisen immer wieder, daß es vermeidbare Verkäuferfehler sind, die meistens den Ausschlag für Mißerfolge bringen.

Wie sieht es in der Praxis aus : Die meisten Verkäufer sehen nur ihren Weg, setzen ihre Vorstellungen um und erkennen nicht, daß eventuell ihr Kunde mit dieser Vorgehensweise nicht einverstanden ist.

Hier will dieses Seminar helfen. Anhand praktischer Beispiele - Fallstudien und Rollenspiele - wird das gesamte Spektrum der Verkaufsgesprächsführung im Umgang mit dem Kunden behandelt und analysiert.

Ein Seminar für den aufgeschlossenen, aktiven Verkäufer, gleich ob als Berater im Außendienst oder als Verkäufer im Innendienst tätig. Ein Seminar für den motivierten Verkäufer/Kundenberater, der erkannt hat, daß man eigentlich aufgrund seines persönlichen Fehlverhaltens keine Kunden mehr zu verlieren braucht, keinen Umsatz verlieren muß.

**Programm:**

- Rhetorik - Training für den Verkaufsmitarbeiter
- Das Verkaufsgespräch in der Praxis
  - Worauf es ankommt und auf was ein Verkäufer, der Erfolg haben will, achten sollte
- Verhandlungsführung nach der "Drei-Phasen-Technik"
- Wer seine Kunden besser kennt, kann besser und leichter verkaufen (Einführung in die Kundentypologie)
- Durch welche persönlichen Arbeitstechniken kann ein Verkäufer seine Leistungen im Außendienst steigern?
- Einsatzmöglichkeiten des Telefons, Akquisitionshilfen, Gesprächsleitfaden, etc.
  - Was verraten non-verbale Signale? (Einführung in die Körpersprache)
  - Ausdrucksformen und Interpretationsmöglichkeiten der Körpersprache
- Erörterung von Verkaufssituationen aus dem Kreis der Teilnehmer
- Tips zum schnellen Umsetzen: "Zehn Regeln für erfolgreiches Verkaufen"

**Referent:**

Gerd REHBOCK, Kommunikations-Trainer und Vertriebsberater, Hamburg

**Teilnehmerkreis:**

Inhaber, Verkäufer und Kundenberater sowie interessierte Nachwuchskräfte aus allen Verkaufsbereichen des Großhandels, die ihre Kunden besser beraten wollen und bestrebt sind effektiver zu verkaufen.

**Teilnahmegebühr:**

5.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen

**Datum:**

Montag, den 14., Dienstag, den 15. und Mittwoch, den 16. November 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## **La Chambre de Commerce est à votre service:**

• Consultations juridiques gratuites • Documentation économique • Renseignements commerciaux • Formation professionnelle • Informations sur le commerce extérieur • 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.

# **FALSCHGELD ?!**

## **GELDSCHEINPRÜFGERÄTE SOFORT LIEFERBAR, AB LAGER**

**ETS. MOLITOR - STEINFORT - Tél. + Fax 39 88 98 abends**

## KONFERENZTECHNIK

Ziel dieses Seminars ist es, den Teilnehmern zu zeigen, wie Konferenzen kürzer und effizienter gestaltet und notwendige Entscheidungen reibungslos und schnell umgesetzt werden können.

- Programm:**
- I Die herkömmliche Konferenz
    - Sinn und Ziel einer Konferenz
    - Abgrenzung zu anderen Besprechungen
    - Konferenzen mit Mitarbeitern und Konferenzen mit Gleichgeordneten
    - Die Dreiteilung der Konferenz:
      1. Vorbereitung
        - Tagesordnung, Raum und Ort, Teilnehmerzahl
        - Zeitpunkt und Dauer der Konferenz
        - Pausenrhythmus
        - Hilfsmittel und ihr Einsatz
      2. Durchführung
        - Der Leiter und der Protokollführer
        - Anforderungen an beide Personen
        - Anforderungen an die Teilnehmer
        - Die Grundsätze der Diskussionsleitung: richtige Fragen stellen, zuhören können, ausklammern, zusammenfassen, wiederholen, wecken und dämpfen der Diskussion
        - Mit welchen Verhaltensweisen muß man rechnen?
        - Welche Motive spielen eine Rolle?
        - Teilnehmertypen und ihre Behandlung
        - Schwierige Fälle und schwierige Teilnehmer
        - Ein erprobtes Modell als Hilfe für den Diskussionsleiter
      3. Auswertung
        - Das Protokoll
        - Verlaufs- und Ergebnisprotokolle
        - Sollten Protokolle vervielfältigt werden?
        - Erteilte Aufträge personifizieren, terminieren und verfolgen
  - II Wenn es hart auf hart geht - einige Regeln der Dialektik
    - Bringen Sie Beweise - Fakten sind "oberstes Gesetz"
    - Die zwei Seiten einer Medaille
    - Autoritäten zitieren
    - Die Frage als Mittel zur Präzisierung
    - Machen Sie einen Sonderfall daraus
    - Einige praktische Hinweise
    - Zusätzliche Verhaltensweisen für den Leiter und die Teilnehmer
  - III Das vermittelte Wissen wird an Beispielen trainiert.  
Jeder Teilnehmer wird auch die Rolle des Konferenzleiters übernehmen

<b>Referent:</b>	Dr. Karlfried HANS, Dipl.-Kfm., Ratingen
<b>Teilnehmerkreis:</b>	Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere leitende Mitarbeiter von <b>Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben</b>
<b>Teilnahmegebühr:</b>	8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
<b>Datum:</b>	Donnerstag, den 17. und Freitag, den 18. November 1994 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## DIE KUNDENZEITSCHRIFT

### Konzeption von Zielgruppen - Informationsdienste

Es boomt! Kundenzeitschriften und Zielgruppen - Informationsdienste sind zu einem richtigen Megatrend geworden. Immer mehr Unternehmen verlagern Teile ihres Werbeetats von klassischer Werbung und Öffentlichkeitsarbeit in diesen Bereich.

Die Herausgeber sind mit den Ergebnissen überdurchschnittlich zufrieden. Ziele wie Imageverbesserung, Steigerung des Bekanntheitsgrades, stärkere Kundenbindung, intensivere Verkaufsförderung, werden erreicht. Dabei sind die Kosten häufig niedriger als bei klassischer Werbung. Dieser Workshop zeigt Ihnen Wege und Chancen auf.

- Programm:**
- Arten von Firmenpublikationen
  - Ziele von Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Verkaufsförderung
  - Zielgruppendefinition und Verteiler
  - Konzeption und Gestaltung
  - Themen und Dialogorientierung
  - Erscheinungshäufigkeit und Leserbindung
  - Redaktion, Produktion und Kosten
  - Checklisten und Beispiele
- Referent:** Klaus RESKE, Unternehmensberater, Hameln
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter und andere für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortliche Führungskräfte von Betrieben **aus allen Unternehmensbereichen**
- Teilnahmegebühr:** 4.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
- Datum:** Freitag, den 25. November, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## ERFOLGREICHE GESPRÄCHS- UND VERHANDLUNGSFÜHRUNG

### Bessere rhetorische Präsentation im Gespräch, in der Verhandlung

Sind Sie sich eigentlich bewußt darüber, wie oft Sie bessere Gesprächsergebnisse leichtfertig verschenken? Verschenken deswegen, weil Sie sich von Ihren eigenen, traditionellen Verhaltensmustern leiten lassen.

Gerade in der täglichen "Führungs- und Arbeitspraxis" spielt die Gesprächs- und Verhandlungsführung eine entscheidende Rolle.

Viele Faktoren beeinflussen die Gesprächsergebnisse, lassen Ergebnisse entstehen, die sich zufällig ergeben.

Da jeder viele Rechtfertigungen "kennt", wird jedes Gesprächsergebnis hinterher "schön" geredet.

Jeder Vorgesetzte, jeder Verkäufer, jeder Kundenberater wäre gut beraten, einmal darüber nachzudenken, ob es sinnvoll ist, weiterhin nichts zu unternehmen, um bessere Gesprächsergebnisse zu erzielen. Den meisten Vorgesetzten, beziehungsweise Verkäufern, fehlen die "berühmten Aha-Erlebnisse", um sich für neue Anregungen und Ideen zur Verbesserung der eigenen Gesprächsführung zu öffnen.

Eine Verhaltensweise, die nicht auf ewig so bleiben muß. Es hängt jetzt von Ihrer Entscheidung ab, ob sich etwas ändert oder nicht. Das Angebot steht, die Entscheidung treffen Sie!

- Programm:**
- Mit System zum Erfolg
  - Womit wirkt der Mensch in seiner Umwelt - auf seine Umwelt?
  - Die Kunst zu überzeugen oder wie sich bessere Gesprächsergebnisse erzielen lassen?
  - Bewußte und unbewußte Botschaften - Was wir anderen mitteilen, ohne es zu ahnen?
  - Kommunikationsfallen - Kommunikationsfehler
  - Gespräche und Verhandlungen erfolgreich führen
  - Wichtige Erfolgsregeln der Verhandlungs- und Übersetzungstechnik
  - Notwendige theoretische Ergänzungen zum besseren Verständnis der Gesamtproblematik
  - Tips und Hinweise zu einem besseren non-verbalen Verhalten im Gespräch, in der Verhandlung
  - Praktische Übungen mit thematischen Schwerpunkten aus dem Kreis der Seminarteilnehmer
- Referent:** Gerd Rehbock, Kommunikations- und Verkaufstrainer, Hamburg
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter sowie andere leitende Mitarbeiter aus **Industrie-, Dienstleistungs- und Handelsbetrieben**, die zukünftig bessere Gesprächsergebnisse erzielen wollen, gleich ob es als Vorgesetzter oder als Verkäufer ist
- Teilnahmegebühr:** 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer zu überweisen
- Datum:** Montag, den 5. und Dienstag den 6. Dezember 1994, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## ALCOOLISME ET TOXICOMANIE AU TRAVAIL

### De l'identification du trouble à la gestion d'un plan de guidance professionnel

Problème de société, problème individuel, la toxicomanie et plus particulièrement l'alcoolisme se retrouvent dans le monde du travail et dans l'entreprise.

Pas plus qu'il n'est possible de bien conduire un véhicule en état d'ébriété, il n'est possible de piloter correctement son poste de travail ou sa responsabilité professionnelle.

Distorsion de la perception, interprétation biaisée, perte d'attention ou de vigilance, inappropriation des décisions entraînent le cortège des situations perdantes tant au niveau économique et commercial, qu'au niveau de la sécurité.

En tant que gestionnaire responsable, conscient du problème, comment prévenir le risque, comment gérer le dysfonctionnement quand il est présent.

Le séminaire proposera d'explorer un certain nombre de pistes de réflexion afin d'approcher le sujet, de l'étudier et le traiter au mieux des intérêts des parties, travailleur et entreprise.

- Programme :**
- Introduction
  - L'analyse du scénario de vie
  - Le stratagème, dysfonctionnement de la communication
  - L'entretien d'aide et ses limites en milieu professionnel
  - L'entretien de rupture des relations de travail

**Conférencier :** M. Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail

**Public :** Dirigeants d'entreprises, chefs du personnel et agents de maîtrise des **secteurs de l'industrie, du commerce et des services**

**Droit d'inscription :** 5.500.- LUF, (documentation, boissons et déjeuner inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Date :** mercredi le 7 décembre 1994 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## LE CREDIT DOCUMENTAIRE

L'objectif de cette manifestation est d'informer les intéressés sur la nature et le fonctionnement du Crédit documentaire.

La conférence sera suivie d'une discussion.

**Conférencier :** M. Jean PETRY

**Public :** tous publics

**Droit d'inscription :** 500.- LUF, à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce

**Date :** mercredi, le 14 décembre 1994, à 19.00 à 21.00 heures

Die Anmeldungen zu sämtlichen Seminaren werden frühestens 4 Wochen vor dem jeweiligen Seminarbeginn unter der Nummer 43 58 53 entgegengenommen.

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

Falls ein gemeinsames Mittagessen vorgesehen ist, geht dies jeweils aus der Rubrik "Teilnahmegebühr" hervor.

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

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.

Des weiteren möchten wir darauf hinweisen, daß in den Tageszeitungen zu gegebener Zeit die einzelnen Veranstaltungen noch einmal getrennt angekündigt werden.

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

CONSTRUISEZ VOTRE AVENIR

$$\sqrt{1} = 1$$

# LOGIQUE

La logique est la science qui a pour objet l'étude des règles du raisonnement correct. Elle guide nos démarches pour aboutir à des conclusions justes et cohérentes.

Patron d'entreprise, indépendant ou artisan, vous êtes quotidiennement conduit à utiliser un raisonnement logique pour gérer votre entreprise de façon rentable.

Eurolease-Factor est, ou peut devenir, une prémisse de votre raisonnement. Elle vous

propose ses deux services pour établir votre plan de financement optimal: le leasing et le factoring.

Si le leasing vous permet d'investir sans pour autant entamer vos liquidités, le factoring vous permet de les récupérer rapidement. Vous réduisez ainsi vos créances et votre chiffre d'affaire va monter tout en préservant vos moyens.

Alors, que concluez-vous logiquement?

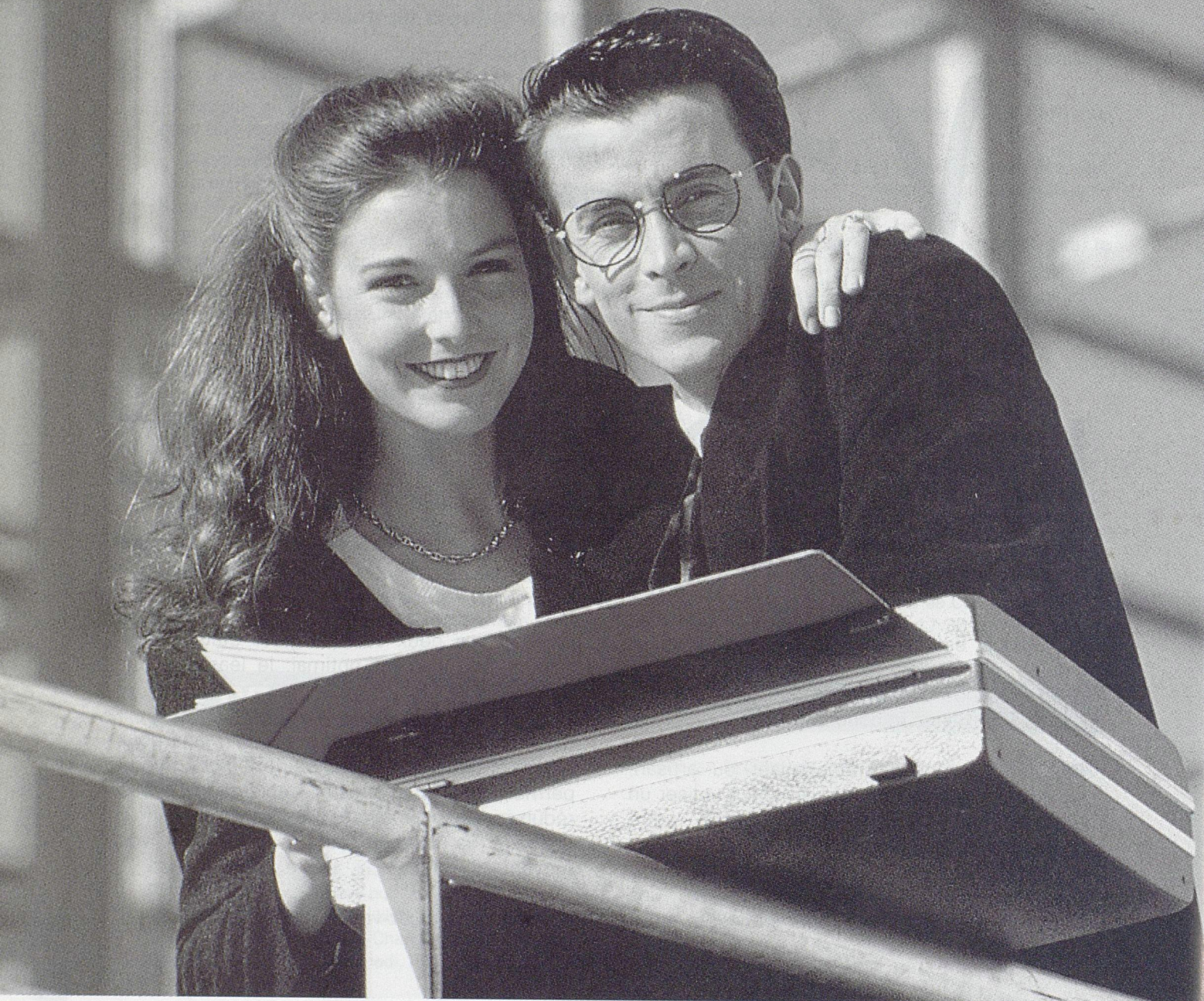
euro  
*Lease-Factor*

**EUROLEASE-FACTOR S.A.**

Tél. 4799-5283 4799-5289 Fax 4799-5181  
3a, Bd Prince Henri L-2951 LUXEMBOURG



# CONSTRUISEZ VOTRE AVENIR



Faites profiter votre entreprise des multiples avantages du leasing. Vos investissements sont financés à 100%. Vous gardez intacts vos moyens propres et diverses sources de financement pour d'autres utilisations, tout en bénéficiant des avantages fiscaux spécifiques à cette formule de financement. Contactez-nous! Créditlease vous conseillera pour trouver, avec vous, la solution qui convient le mieux à votre entreprise.

 **CREDITLEASE** 

*Société de Location et de Leasing*

Société Anonyme

50, route d'Esch, L-1470 Luxembourg, Téléphone 45 88 50, Téléfax 45 81 03

Filiale du Crédit Européen S.A.

# AIDES À L'EMBAUCHE

La loi du 23 juillet 1993 portant diverses mesures en faveur de l'emploi ouvre aux employeurs intéressés la possibilité de demander des aides à l'embauche en cas d'engagement de chômeurs âgés et de chômeurs de longue durée. Afin de familiariser nos entreprises aux aides à l'embauche, nous reproduisons ci-après une note d'information et les deux modèles de formulaires qu'elles auront à compléter dès lors qu'elles entendent faire usage de cette faculté prévue dans la loi.

La loi du 23 juillet 1993 portant diverses mesures en faveur de l'emploi comporte, entre autres, des mesures destinées à favoriser l'embauche de chômeurs de plus de 50 ans et de chômeurs de longue durée.

Les aides à l'embauche se présentent de la façon suivante:

## 1. Chômeurs âgés de 50 ans accomplis (indemnisés ou non indemnisés):

- durée d'inscription comme demandeur d'emploi: 1 mois au moins
- le fonds pour l'emploi rembourse aux employeurs les cotisations de sécurité sociale, part employeur et part assuré pendant une période de 7 ans au plus.

## 2. Chômeurs âgés de 30 ans au moins (indemnisés au non indemnisés):

- durée d'inscription comme demandeur d'emploi: 12 mois au moins
- le remboursement par le fonds pour l'emploi des cotisations de sécurité sociale, part employeur et part assuré, ne peut dépasser la période de 2 ans.

## 3. Chômeurs âgés de plus de 40 ans (indemnisés au non indemnisés):

- durée d'inscription comme demandeur d'emploi: 12 mois au moins
- le remboursement par le fonds pour l'emploi des cotisations de sécurité sociale, part employeur et part assuré, ne peut dépasser la période de 3 ans.

## 4. Type du contrat de travail à la base de l'embauche:

- contrat de travail à durée indéterminée:
  - la durée de travail hebdomadaire ne peut être inférieure à 20 heures de travail
  - le remboursement des cotisations sociales se fait dans les limites définies ci-dessus.
- contrat de travail à durée déterminée:
  - la durée du contrat de travail ne peut être inférieure à 24 mois

- la durée de travail hebdomadaire ne peut être inférieure à 20 heures de travail
- le remboursement des cotisations de sécurité sociale est limité à une période de 18 mois au maximum.

## 5. Remboursement

La demande d'aide est à introduire sur le formulaire ci-joint à l'Administration de l'Emploi, sous peine de forclusion, dans les 2 mois suivant l'embauche (2e modèle). Le remboursement se fait sur la base d'une déclaration trimestrielle adressée, avec pièces à l'appui, à l'Administration de l'Emploi (1er modèle).

### 1er modèle

## DEMANDE D'AIDES À L'EMBAUCHE DE CHOMEURS AGÉS ET DE CHOMEURS DE LONGUE DURÉE.

(Application de la loi du 23 juillet 1993 portant diverses mesures en faveur de l'emploi)

### 1. Employeur:

Nom de l'entreprise: .....

Adresse: .....

Matricule: .....

L'aide à l'embauche est à verser au C.C.P. ou au compte bancaire à .....

Numéro C.C.P.: .....

Banque: .....

Numéro du Compte: .....

### II. Travailleur:

Nom et prénom: .....

Matricule: ..... / ..... / ..... / .....

Adresse exacte: .....

Date précise de l'embauchage: ..... / ..... / .....  
(copie du contrat de travail est à joindre à la demande)

.....  
(lieu et date)

.....  
(cachet et signature de l'employeur)

**2e modèle**

**DEMANDE D'AIDES À L'EMBAUCHE DE CHOMEURS AGÉS ET DE CHOMEURS DE LONGUE DURÉE.**

(Application de la loi du 23 juillet 1993 portant diverses mesures en faveur de l'emploi)

**Déclaration trimestrielle**

Il est dû à l'entreprise soussignée

.....

le montant de .....francs

en toutes lettres .....

.....

.....

à titre de remboursement des cotisations de sécurité sociale à la suite de l'embauchage de

.....

.....

.....

**Décompte**

Mois	Part patronale	Part assuré
1. mois de.....	.....fr	.....fr
2. mois de.....	.....fr	.....fr
3. mois de.....	.....fr	.....fr
Total:	.....fr	.....fr

Les copies des fiches de salaire des mois concernés sont à joindre au décompte.

L'employeur autorise l'Administration de l'Emploi à accéder aux indications ci-avant fournies auprès du Centre Commun de la sécurité sociale aux fins de vérification.

.....  
(lieu et date)

.....  
(cachet et signature de l'employeur)

**Réforme de l'assurance maladie et du secteur de la santé**

Le système mis en place à partir du 1er janvier 1994 est le suivant.

L'indemnité pécuniaire de maladie est calculée par rapport à la rémunération brute que l'assuré aurait gagnée en cas de continuation du travail pendant le congé de maladie.

L'indemnité pécuniaire de maladie due à un salarié est soumise aux cotisations au titre de l'assurance maladie et de l'assurance pension, à l'instar de la rémunération sur base de laquelle elle est calculée; elle est cependant exempte des cotisations en matière d'assurance accidents et d'allocations familiales.

Ainsi, en vue du remboursement de l'avance de l'indemnité par la caisse de maladie, l'employeur doit déterminer la part salariale de l'assurance maladie et de l'assurance pension.

Du salaire semi-net ainsi obtenu, il détermine l'impôt sur le salaire afférent en se basant sur le barème de l'impôt sur le revenu mensuel et, dans certains cas, sur le barème de l'impôt sur le revenu journalier.

En déduisant l'impôt ainsi déterminé du salaire semi-net, il obtient le salaire net, qui est à verser au salarié.

L'impôt calculé comme ci-dessus est à déclarer et à verser à l'Administration des Contributions par les soins de l'employeur.

Les cotisations au titre de l'assurance maladie et de l'assurance pension, part salariale et part patronale comprises, sont payées directement par la caisse de maladie au Centre Commun de la Sécurité Sociale au moment du remboursement à l'employeur.

Sur présentation d'une demande-type de remboursement mise à la disposition par la caisse de maladie, l'employeur obtient de la part de la caisse de maladie le remboursement de l'indemnité semi-nette pécuniaire de maladie dûment avancée, à savoir l'indemnité nette et les impôts y relatifs.

La rémunération brute sur base de laquelle l'indemnité pécuniaire de maladie est à calculer se compose de la façon suivante:

Les allocations et indemnités purement occasionnelles ainsi que les tarifications ne sont pas prises en considération.

Les rémunérations en nature sont portées en compte suivant la valeur fixée périodiquement par règlement grand-ducal.

Le projet de règlement grand-ducal y relatif fixe comme principe général un parallélisme entre le droit fiscal et le droit de la sécurité sociale pour la prise en considération des rémunérations en nature.

Ainsi, toutes ces formes de rémunération qui sont imposables rentreraient dans l'assiette de cotisation pour les charges sociales.

Les entreprises seront prochainement informées des détails définitifs de la nouvelle législation.

## **Mission de prospection commerciale au Portugal du 6 au 9 février 1994**

La Chambre de Commerce a l'avantage d'informer ses ressortissants qu'une mission de prospection commerciale, présidée par Son Altesse Royale le Grand-Duc Héritier et conduite par Monsieur Georges Wohlfahrt, Secrétaire d'Etat au Ministère des Affaires Etrangères, au Commerce Extérieur et à la Coopération, se rendra au Portugal du 6 au 9 février 1994.

Au cas où votre société serait intéressée à participer à cette mission, nous vous saurions gré de bien vouloir contacter le Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39 45 ou 42 39 39 59.

## **Mission de promotion économique et de prospection commerciale en Chine, du 12 au 16 mars 1994**

La Chambre de Commerce a l'avantage d'informer ses ressortissants qu'une mission de promotion économique et de prospection commerciale se rendra en Chine du 12 au 16 mars 1994.

Cette mission sera présidée par Son Altesse Royale le Grand-Duc Héritier et conduite par le Ministre de l'Economie Monsieur Robert Goebbels. Les étapes prévues seront Beijing et Wuhan. L'Ambassade du Grand-Duché de Luxembourg en Chine est disposée à organiser un programme privé supplémentaire du 16 au 18 mars 1994 dans une autre région chinoise selon les desiderata des hommes d'affaires luxembourgeois.

Il convient en outre de signaler que le Gouvernement luxembourgeois a l'intention de faire publier un supplément spécial sur le Luxembourg dans le magazine "International Business", le principal magazine international chinois de caractère économique.

Pour de plus amples renseignements, les intéressés sont priés de s'adresser au Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39 45 ou 42 39 39 59.

# DACHSER Luxemburg

DACHSER Transport GmbH · Rue des chaux  
L 5324 Contern / Luxembourg · Tel. 35 84 84

## Partnerschaft im Zeichen Europas

Europa wächst  
zusammen – nutzen  
Sie diese Chance. Erobern Sie mit Ihren  
Produkten und unserer Distribu-  
tionsleistung die neuen Märkte.

Der DACHSER-Verbund garantiert, mit  
seinem flächendeckenden, euronatio-  
nalen Netzwerk aus eigenen Tochter-  
gesellschaften und Partnern in allen  
führenden Wirtschaftszentren, lücken-  
lose Logistik.

Mit unseren euronationalen Terminver-  
kehren und der internationalen Frisch-  
dienstlogistik halten wir für jedes Ihrer  
Produkte die maßgeschneiderte Distri-  
butionslösung bereit.

### DACHSER Europalandverkehre

- *Qualitativ hochwertig*
- *Flächendeckend*
- *Lückenlos*
- *Zuverlässig*

LOGISTIK  
*grenzenlos...*

## **PHILIPPINES** **Mission Benelux** **du 4 au 11 mars 1994**

Une mission multisectorielle commune aux Philippines sera organisée du 4 au 11 mars 1994 sous les auspices du Secrétariat général de l'Union économique Benelux, dans le cadre de la coopération entre les instances nationales et fédérales des pays membres chargées de la promotion commerciale, à savoir le Nederlandse Economische Voorlichtingsdienst (EVD), l'Office Belge du Commerce Extérieur (OBCE) et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

L'objectif de la mission, dont l'initiative émane des Ministres Benelux du Commerce Extérieur, consiste à donner aux entreprises du Benelux la possibilité soit de se familiariser avec le marché philippin, soit de renforcer des contacts concrets et de tirer profit des introductions communes existantes.

La mission sera conduite par le Secrétaire Général de l'Union Economique Benelux.

Dans cet archipel stratégique, toutes les conditions sont à présent réunies pour établir une croissance économique durable. Le président Ramos a proclamé le redressement de l'économie philippine comme prioritaire pendant son mandat de six ans et il a l'intention de donner au pays le statut NIC pour la fin du siècle.

Depuis deux ans, beaucoup de choses changent favorablement:

- le pays connaît enfin la stabilité "nécessaire";
- les Philippines font tout pour ne pas manquer la "troisième vague d'investissement" dans la région Asie-Pacifique et le pays encourage les investisseurs par des incitants très libéraux;
- le pays possède une main-d'oeuvre qualifiée et anglophone,
- en ce qui concerne le problème de la fourniture d'électricité, des résultats positifs ont déjà été obtenus et le problème devrait être réglé pour la mi-94;
- la libéralisation du secteur financier, la privatisation de l'économie et l'abolition des monopoles sont en cours.

Une prémission a été organisée aux Philippines du 24 au 30 novembre dernier en vue d'une préparation optimale de la mission. Le rapport de la prémission peut être obtenu auprès de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg. Il contient un aperçu clair de l'évolution économique du pays et des éléments concernant les possibilités pour les relations commerciales avec les Philippines.

S'agissant du programme de la mission, l'intention est de visiter non seulement Manille, mais encore Cebu, le deuxième centre commercial, durant une journée et demie.

Le programme prévoit des contacts individuels et quelques activités collectives telles que des briefings

auprès du Board of Investments, la Asean Development Bank, etc. Des visites sont prévues à la Subic Bay Freeport et à la Mactan Export Processing Zone à Cebu.

Les intéressés sont priés de s'adresser au Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39 45 ou 42 39 39 59.

## **"ENTREPRENDRE '94"**

### **Bourse d'affaires interrégionale**

Face aux profondes mutations économiques et sociales qu'entraîneront les nouvelles structures de l'Europe de demain, les Chambres de Commerce et d'Industrie de la Grande Région Saar-Lor-Lux se sont dotées d'instruments adéquats pour relever le défi en organisant cette année la 7ième bourse d'échanges nommée "Entreprendre 94" - qui aura lieu le 17 mars 1994 à partir de 14.00 heures à la Chambre de Commerce de Luxembourg, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg.

"Entreprendre '94" est une bourse d'affaires, destinée à faciliter la rencontre entre partenaires potentiels qui décident d'ouvrir le capital de leurs entreprises à des tiers. Elle s'adresse surtout - mais pas exclusivement - aux petites et moyennes entreprises qui sont à la recherche d'un associé, d'un successeur, de coopération ou de représentations, mais également à tous ceux qui recherchent des moyens pour exploiter une licence, un procédé ou du capital pour réaliser leurs projets. Inversement, elle est le point de rencontre idéal pour ceux qui cherchent des projets pour investir leurs capitaux.

## **Fonds de commerce de restaurant à céder**

Restaurant à proximité immédiate du Golf d'Aingeray, proche de Nancy, cède son fonds de commerce.

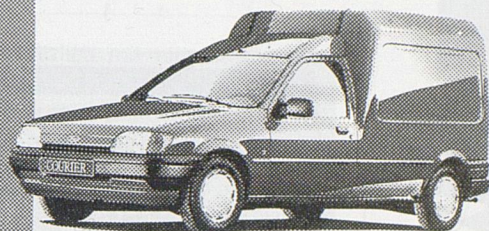
Chiffre d'affaires moyen sur quatre ans 900.000 francs.

L'établissement est situé au centre du village d'Aingeray et comprend au rez-de-chaussée deux salles de restaurant, une cuisine, un bar, des toilettes et dépendances ainsi qu'un grand appartement et un grenier au premier étage.

Pour des informations supplémentaires, veuillez contacter le Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, Mme Hoor, tél.: 42 39 39 84.



*Courier Kombi*

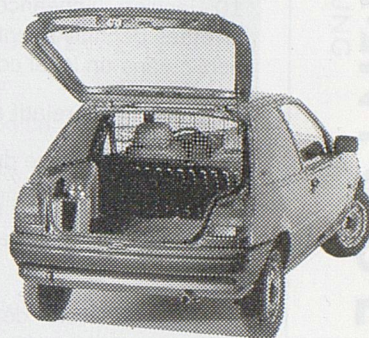


*Courier Van*

**NOUVEAU  
AIR-BAG**



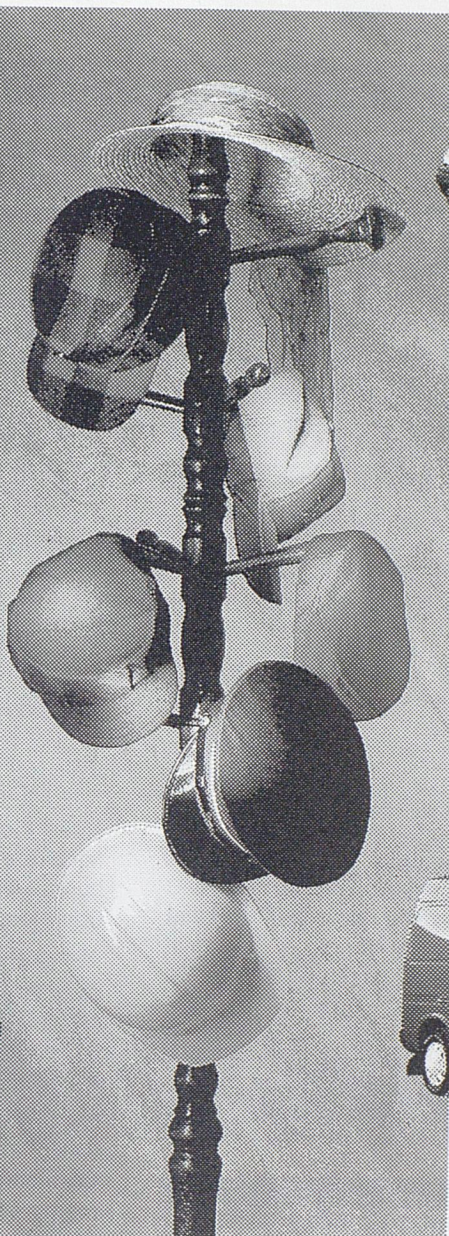
*Escort Van*



*Fiesta Van*



*Transit Pick-up*

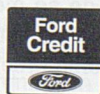


*Transit Van*

## Un vrai professionnel à toujours du matériel "sur mesure".

Chez Ford vous trouverez toujours un partenaire idéal. Le Transit est disponible dans pas moins de 48 versions, alors que le nouveau Courier existe déjà en version Van ou Kombi. Ce qui n'empêche pas le Fiesta Van d'être justement ce que vous recherchez. Ou l'Escort Van?

Alors venez nous voir, en choisissant le moment que vous préférez, bien sûr.



**MAINTENANT  
CONDITIONS DE FINANCEMENT  
EXTRA-AVANTAGEUSES**

**Votre partenaire en affaires.**



FORD  
MERCURY  
LINCOLN

# EURO-MOTOR



## **Elections pour la Chambre de Commerce 1994**

10 janvier: Echéance du délai: les listes sont arrêtées définitivement et déposées à l'inspection du public dans un local communal (art. 11 loi)

11 janvier: Avis relatif au dépôt des listes (art. 11 loi)

21 janvier: Echéance du délai des recours (art. 11 loi)

24 janvier: Le collège échevinal transmet les recours au juge de paix qui statue en audience publique (art. 12 loi)

7 février: Clôture définitive des listes électorales modifiées à la suite d'éventuels recours (art. 10 arrêté d'exécution)

8 février: Avis du juge de paix de Luxembourg fixant les jours, heures et lieu auxquels il recevra les présentations de candidatures et les désignations de témoins... (art. 17 arrêté d'exécution)

14 février: Copie des listes électorales définitivement arrêtées est envoyée au Gouvernement qui la transmet au président du bureau électoral (art. 10 arrêté d'exécution)

18 février (18 h.): Les propositions de candidats doivent être remises au greffe de la justice de paix de Luxembourg à 6 heures du soir au plus tard.

Le jour même de la clôture des listes des candidats le juge de paix fait connaître d'urgence leurs noms etc. au Ministre du service afférent (art. 17 arrêté d'exécution)

20 mars: Echéance du délai de transmission des bulletins de vote aux électeurs (art. 32 arrêté d'exécution)

30 mars: Echéance du délai de remise des bulletins de vote à la poste par les électeurs (art. 35 arrêté d'exécution)

31 mars (18h.): Clôture du scrutin (art. 41 arrêté d'exécution)

1er avril: Remise des enveloppes reçues au bureau électoral par le président (art. 41 arrêté d'exécution)

15 avril: Expiration du délai pour l'introduction des réclamations relatives aux élections (art. 15 loi)

Par arrêté ministériel du 12 octobre 1993, Monsieur Pierre Rauchs, Attaché d'Administration au Ministère de l'Economie, a été nommé président du bureau électoral pour l'élection de la Chambre de Commerce en 1994.

Par arrêté ministériel du 19 novembre 1993, Monsieur Paul Hippert, Directeur de la Chambre de Commerce, a été chargé, lors des élections en 1994, d'exercer pour la Chambre de Commerce les recours auxquels les listes électorales pourraient donner lieu.

### II

## **Avis aux entreprises sinistrées**

Les entreprises des secteurs HORECA, commerce de gros et commerce de détail ayant subi des dommages lors des inondations de décembre 1993 et de janvier 1994 sont priées de se mettre en rapport par téléphone avec le Service d'assistance technique aux PME de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, tél.: 42 39 39 39 ou 42 39 39 83.

### III

## **Nouvel annuaire de l'ALFI**

Lors d'une conférence de presse, qui a eu lieu le 21 décembre 1993, M. Patrick Zurstrassen, Président de l'Association Luxembourgeoise des Fonds d'Inves-

tissement, a présenté le premier annuaire des OPCVM membres de l'Association.

Cette première édition sera distribuée gratuitement à tous les membres de l'ALFI ainsi qu'aux promoteurs des fonds luxembourgeois non membres.

L'ouvrage contient un rapport analytique fournissant de précieuses informations sur l'industrie luxembourgeoise des OPCVM et un nombre considérable de fiches techniques concernant les fonds membres de l'ALFI.

De plus amples renseignements sur cet annuaire peuvent être obtenus auprès de l'ALFI, Tél.: 4767-544.

### IV

## **Firmenverzeichnis Saar- Lor-Lux neu erschienen**

In völlig neuer, wesentlich erweiterter Auflage ist vor kurzem das grenzüberschreitende Firmenverzeichnis der Region Saar-Lor-Lux erschienen. Das Handbuch gibt einen systematischen Überblick über die Breite und Viel-

falt der wirtschaftlichen Aktivitäten der Großregion und enthält insbesondere Unternehmen aus der Industrie und aus sonstigen Bereichen mit überregionalem Absatz. Herausgeber ist die Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammer des Raumes Saar-Lor-Lux-Trier-Westpfalz. Mit diesem Handbuch wollen die Industrie- und Handelskammern des Saar-Lor-Lux-Raumes dazu beitragen, daß die bereits jetzt intensiven und vielfältigen Verflechtungen und Kooperationen weiter vertieft und vielleicht noch bestehende Informationslücken geschlossen werden.

Das neue Handbuch ist Bestandteil der zahlreichen, bereits unternommenen Initiativen der Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des grenzübergreifenden Technologietransfers, zur Intensivierung der Zulieferbeziehungen, zur Anbahnung von Unternehmenskooperationen und zur Entwicklung eines gemeinsamen Standortmarketings für die Großregion. Der Hauptteil enthält alle wesentlichen Firmeninformationen wie Anschrift, Telekommunikationsanschlüsse und Produktpalette. Den deutschen Unternehmen ist bereits die neue fünfstellige Postleitzahl zugeordnet. Ein umfangreiches Register der angebotenen Produkte und Dienstleistungen sowie ein Branchenregister erleichtern die Suche nach dem richtigen Partner oder Lieferanten und vermitteln ein anschauliches Bild von Besatz, Leistungsspektrum und Struktur der wichtigsten Industriezweige in der Euregio.

Die Beteiligung der Unternehmen an dem Nachschlagewerk war freiwillig, so daß kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben werden kann. Andererseits war das Interesse und die Beteiligung so groß, daß bereits jetzt die große Mehrzahl zumindest der Industrieunternehmen darin enthalten ist: Insgesamt stellen über 4.000 Unternehmen der Großregion ihr Leistungsangebot vor.

Das Nachschlagewerk kann gegen eine Schutzgebühr von LUF 1.000 bei der Handelskammer Luxemburg unter der Rufnummer 42 39 39 45 oder 42 39 39 59 bezogen werden.

### **Datenbank Saar-Lor-Lux**

Das Firmenverzeichnis Saar-Lor-Lux wird auch als relationale Datenbank angeboten. Das netzwerkfähige Programm läuft auf jedem IBM-kompatiblen Personal-Computer (DOS 3.0 und höher, Platzbedarf auf der Festplatte: ca. 10 Megabyte) und vereinfacht und beschleunigt die Suche nach Produkten und Firmen. Die Benutzerführung ist selbsterklärend und verbindet ein Maximum an Information mit einem Minimum an Bedienungsaufwand.

Will man z.B. wissen, welche Firmen Türen herstellen, so erscheinen nach der Eingabe des Suchbegriffs "Türen" alle Unternehmen, die mit diesem Produkteintrag erfaßt sind. Während im Katalog immer zwischen dem Produkt- und dem Firmenteil hin- und hergeblättert werden muß, bietet die Datenbank alle wichtigen Informationen auf einen Blick. Zu jeder Produktzeile erscheinen auf dem Bildschirm der Name des Unternehmens, das Land, der Ort und die Telefonnummer. Mit einem Tastendruck ist der Wechsel auf die Firmenseite möglich, auf der die übrigen Firmenangaben (Anschrift, Telekommunikationsanschlüsse, Ansprechpartner) stehen.

Die Datenbank ist zusätzlich mit einem Texteditor ausgestattet. Mit ihm können Serienbriefe erstellt werden, um z.B. von den Unternehmen, die Türen herstellen, Informationsmaterial anzufordern oder Kostenvorschläge einzuholen.

Die Datenbank wird fortlaufend überarbeitet, Neueinträge werden sofort berücksichtigt. In halbjährlichem Turnus werden Updates mit allen neuen Produkteinträgen und Firmenangaben angeboten.

#### Datenbank Saar-Lor-Lux

- Anschriften von mehr als 4.000 Unternehmen
- über 24.000 Produkteinträge
- Texteditor mit Serienbrieffunktion und Drucklisten-generator
- Benutzerfreundlichkeit und schnelle Informationsbeschaffung

#### Voraussetzungen:

- MS-DOS-Rechner mit mindestens 640 KB
- DOS 3.0 und höher
- ca. 10 MB Platzbedarf auf der Festplatte

Preis: 489 DM

Eine Demo-Version der Datenbank, die je 50 Firmen aus dem Saarland, aus Luxemburg, aus Lothringen, aus Trier und aus der Westpfalz enthält, ist seit September 1993 für 25 DM erhältlich.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen die Abteilung Außenhandel der Handelskammer Luxemburg zur Verfügung; Tel.: 42 39 39 45 oder 42 39 39 59.

### **Une nouvelle brochure de la Chambre de Commerce du Grand- Duché de Luxembourg:**

## **"Le nouveau régime de la TVA sans frontières au 1er janvier 1993", 2ème fascicule**

Au mois de novembre 1992, la Chambre de Commerce avait en collaboration avec le Bureau de représentation de la Commission des Communautés Européennes au Luxembourg et l'Administration de l'Enregistrement et des Domaines publié un premier fascicule relatif au nouveau régime de la TVA sans frontières qui est entré en vigueur le 1er janvier 1993.

Alors que cette première publication traitait uniquement du nouveau régime de TVA applicable dans la Communauté Européenne, le deuxième fascicule a pour objet d'expliquer aux entreprises pratiquant des échanges commerciaux intracommunautaires les modalités d'application de la nouvelle réglementation en matière de TVA ainsi que les nouvelles règles douanières de la circulation transfrontalière des marchan-



dises dans la CE, à la lumière des règlements d'exécution qui ont été pris au cours de l'année 1993.

L'élaboration du deuxième fascicule a été menée à bon terme grâce à l'excellente collaboration de l'Administration de l'Enregistrement et des Domaines et l'Administration des Douanes et Accises.

En ce qui concerne la réglementation en matière de TVA, la brochure informe sur les obligations administratives, les différents taux de TVA et les régimes particuliers auxquels peuvent être soumis les opérateurs économiques.

Le chapitre concernant les nouvelles règles douanières traite de la circulation transfrontalière des marchandises dans la CE, en distinguant les marchandises communautaires sujettes à la seule TVA, les marchandises tierces, les marchandises communautaires d'accise, et les marchandises tierces d'accise.

La publication peut être obtenue à la Chambre de Commerce au prix de 180 francs (hors frais d'envoi).

Personnes de contact:

Mlle Hirschler, tél.: 42 39 39 45

Mlle Kemp, tél.: 42 39 39 59

VI

## Exonérations en matière de TVA

Il est porté à la connaissance des prestataires de services concernés que, par décision du Conseil des Communautés Européennes du 25 octobre 1993, le Grand-Duché de Luxembourg a été autorisé à exonérer de la T.V.A., sous des conditions bien déterminées, certaines prestations de services effectuées à partir du 1er janvier 1994.

Sur le fondement de cette décision, la loi du 12 février 1979 concernant la taxe sur la valeur ajoutée est modifiée en ce sens qu'à partir du 1er janvier 1994 sont exonérés de la taxe sur la valeur ajoutée:

1. les travaux portant sur des biens meubles corporels (tels que les travaux de réparation et d'entretien),
2. les expertises de biens meubles corporels,
3. les transports nationaux d'approche liés directement à des transports intracommunautaires de biens,
4. les prestations accessoires (telles que le chargement, le déchargement et la manutention) liées directement à des transports visés ci-avant,

lorsque ces prestations de services sont rendues à des assujettis identifiés à la T.V.A. dans un Etat membre de la Communauté Européenne autre que le Grand-Duché de Luxembourg et qui bénéficieraient d'un remboursement de la taxe qui serait due si lesdites prestations étaient taxées.

Pour pouvoir accorder l'exonération, le prestataire d'un des services visés aux points 1. à 4., identifié à la T.V.A. à l'intérieur du pays, est tenu de mentionner sur la facture qu'il établit hors T.V.A. le motif de l'exonération ainsi que le numéro d'identification à la T.V.A. du preneur-assujetti.

L'octroi de l'exonération est en outre soumis aux conditions suivantes:

- pour les prestations de services visées aux points 1. et 2., le prestataire doit détenir une attestation justifiant de la qualité d'assujetti du preneur, délivrée par l'autorité compétente de l'Etat membre dans lequel le preneur est identifié à la T.V.A.
- pour les prestations de services visées aux points 3. et 4., le prestataire doit obtenir de son client une déclaration écrite de laquelle il ressort que ce preneur est un assujetti à la T.V.A. effectuant des opérations économiques ouvrant droit à déduction de la taxe en amont, et rapporter la preuve que le transport national (point 3.) respectivement les prestations accessoires au transport national (point 4.) sont effectués en rapport avec un transport intracommunautaire de biens.

(Communiqué par l'Administration de l'Enregistrement et des Domaines)

VII

## Neues Gebäude der Firma Batichimie in Ingeldorf

Am 16. Dezember 1993 hat Batichimie seine neuen und modernen Räumlichkeiten in der Industriezone von Ingeldorf eingeweiht.

Mit der Eröffnung dieses neuen Zentrums verfügt die Batichimie, neben ihren Räumlichkeiten in Luxemburg-Hollerich mit einer Verkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup> jetzt über eine zweite große Verkaufsfläche für den Norden des Landes.

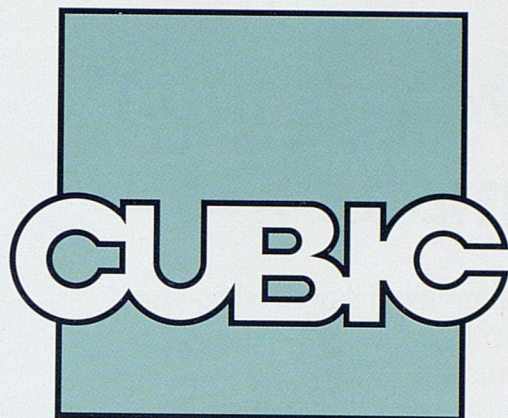
Das Unternehmen, das bereits seit 10 Jahren in Ettelbrück-Schieren eine Niederlassung hatte, richtet sich in erster Linie an die Profis des Baugewerbes und betätigt sich in den Bereichen Abdichtung, Isolierung, Geotextilien, Röhren, Fassadensysteme, Bautenschutz, Brandschutz, Gußasphalt usw.

Das neue Gebäude in Ingeldorf ist zusätzlich mit einem Hobby-Bereich ausgestattet, in dem der Kunde Artikel aus sämtlichen o.g. Sparten beziehen kann und ein Angebot von mehr als 7.000 Produkten vorfindet.

VIII

## Jours fériés légaux de rechange pour l'année 1994

Aux termes du règlement ministériel du 22 novembre 1993 portant fixation de deux jours fériés légaux de rechange pour l'année 1994, le 1er mai 1994 est remplacé comme jour férié légal par le 2 mai 1994 et le 1er jour de Noël est remplacé comme jour férié légal par le 27 décembre 1994.



## Logiciels de comptabilité et de gestion pour micro-ordinateurs

- . gamme très complète pour PME et FIDUCIAIRE
- . fonctionne sur DOS - MACINTOSH
- . facilité d'utilisation / Réseau
- . capacité énorme et ouverture (fichiers DBASE III)
- . multi-législations - multi-lingues
- . plus de 10.000 utilisateurs dans le BENELUX

### LISTE DES DISTRIBUTEURS CUBIC

- .....
- BITEC** - 24 rue Denis Netgen - L-3858 Schiffange - Tél: 54 49 13
- EUROBUREAU** - 10 boulevard Royal - L-2449 Luxembourg - Tél: 46 03 11
- IBLUX** - 9B rue de la Libération - L-8245 Mamer - Tél: 31 81 08
- ISO LUXEMBOURG** - 204 route d'Arlon - L-8010 Strassen - Tél: 31 38 60
- LUX-INFO-SYSTEMS** - 1 rue Ermesinde - L-1469 Luxembourg - Tél: 22 98 99
- POINT INFORMATIQUE** - 12 rue Pletzer - L-8080 Bertrange - Tél: 25 17 88
- RMS** - 16 rue de la Gare - L-9046 Ettelbruck - Tél: 81 67 57
- TELINFO LUXEMBOURG** - 13 rue Robert Stumper - L-2557 Luxembourg - Tél: 49 00 91



CUBIC. La Liberté d'Entreprendre

# BIL-MultiLine

## Optimisez la gestion de vos comptes!

Le service BIL-MultiLine consiste en un logiciel qui vous permet:

- d'obtenir la situation de vos comptes bancaires,
  - d'effectuer vos ordres de paiements,
  - d'initier vos ordres permanents et vos domiciliations de créances,
  - de stocker vos données financières,
- tout ceci sur votre PC, dans un minimum de temps et sous un haut standard de sécurité!

Pour en savoir plus sur BIL-MultiLine ou pour voir BIL-MultiLine fonctionner, n'hésitez pas à vous adresser à votre personne de contact habituelle à la BIL ou à téléphoner à:

M. Carlo Funk, Electronic Banking,  
au numéro 4590-3531 ou

M. Guy Hirtt, Electronic Banking,  
au numéro 4590-3530.

**BIL: le sur-mesure bancaire.**

MultiLine, un produit lancé en commun par la BCEE, la BGL et la BIL.

