

Merkur

de letzebuenger



CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

1•95

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

Service et
garanties
avec un
utilitaire
classique.



Service et
garanties
avec
le Citroën
Jumper.



Le nouveau Citroën Jumper innove en vous offrant un kit de services et garanties unique. Un exemple: la garantie anti-corrosion de 6 ans et toutes les garanties courantes couvrent - également - les transformations. Dans tout le pays, vous pourrez compter sur un service spécifiquement adapté aux utilitaires. Par ailleurs, fort de 70 ans d'expérience, Citroën a créé le Centre du Véhicule Utilitaire. Tous les aspects de votre problème «transport» y seront pris en charge par des spécialistes chevronnés.

CITROËN préfère TOTAL

CITROËN JUMPER

Vous n'imaginez pas tout ce que Citroën peut faire pour vous.



Etoile Garage

L-2557 Luxembourg - 40.22.66

Etoile Garage

L-4026 Esch-sur-Alzette - 55.01.55

Etoile Garage

L-2663 Senningerberg - 34.01.67

Garage Clerbaut

L-5481 Wormeldange - 76.82.65

Garage F. Kappweiler

L-7531 Mersch - 32.96.46

Garage Kaysen

L-6182 Gonderange - 78.291

Garage Lahyr

L-5750 Frisange - 66.10.06

Garage Neugebauer

L-8422 Steinfort - 39.029

Garage Weidig

L-3515 Dudelange - 51.91.90

Une économie forte et créatrice d'emplois

(Extrait du discours d'investiture de **M. Jacques Santer**, Président de la Commission, prononcé le 17 janvier 1995 à Strasbourg devant le Parlement Européen).

Une économie forte et créatrice d'emplois, voilà ma première priorité. Le Livre blanc, approuvé par les Chefs d'Etat et de gouvernement, a le mérite de suggérer une approche globale de la compétitivité et de la croissance. C'est important, car ce qui manque à l'Europe, ce ne sont pas les atouts, c'est une stratégie pour les valoriser.

D'ici 5 ans, notre compétitivité devra s'être nettement améliorée. Mais une économie forte n'a pas de sens que si elle bénéficie à tous. L'Union doit être solidaire. Il s'agit d'un impératif moral et de bien plus encore: pour moi, la solidarité est en elle-même un facteur de croissance et de dynamisme économique. Voilà le message que je voudrais vous transmettre aujourd'hui.

Economie forte: le marché intérieur est au centre de l'effort pour la croissance et la prospérité. Des progrès énormes ont été accomplis ces dernières années.

Ils restent insuffisants. Je me fixerai 4 impératifs: compléter les règles, les simplifier, les faire appliquer, assurer une concurrence saine.

1. Premièrement, compléter l'effort législatif dans des domaines clés, tels que l'énergie et les télécommunications. Mais la libéralisation devra aller de pair avec le respect du service universel pour que tous nos citoyens en bénéficient.
2. Deuxièmement simplifier, y compris au niveau national et régional. Le marché intérieur est là pour faciliter la vie des opérateurs et des consommateurs. Supprimer les formalités douanières, remplacer 15 règles par une seule, abolir des millions de formulaires, ce n'est pas rien. Mais trop souvent, nos compromis imposent aux entreprises, et particulièrement aux PME, des complications superflues. Or, ce sont précisément les PME qui créent le

plus d'emplois et n'ont pas cessé d'en créer. Il y a 17 millions de PME dans l'Union. Imaginons que chacune d'elle puisse créer un seul emploi supplémentaire...

3. Troisièmement les règles doivent être appliquées correctement sur le terrain et cela de façon comparable partout dans l'Union. Il y a des retards regrettables à constater dans la transposition des directives en droit national. Je citerai l'assurance, les marchés publics et l'environnement. La Commission prendra ses responsabilités, s'il le faut en demandant, conformément à l'article 171 du traité, à la Cour de Justice d'infliger des sanctions pécuniaires aux Etats membres qui ne respectent pas un arrêt. En outre, la mise en oeuvre doit s'accompagner d'un système de sanctions comparable dans les différents Etats membres. Cela est et restera de leur compétence. Je me demande cependant si l'idée d'insérer dans les directives des clauses de sanction ne mérite pas d'être soutenue.
4. Quatrième impératif, enfin, celui de la concurrence. Il faut un arbitre pour assurer ce que les Britanniques appellent "a level playing field". La Commission a cette responsabilité et l'exercera avec vigueur, que ce soit en matière d'abus de position dominante, d'ententes illicites, d'aides d'Etat.

Un mot sur les concentrations d'entreprises: là aussi, il faut être rigoureux. Cela ne veut pas dire qu'il faille atomiser nos entreprises face à leurs concurrents puissants des pays tiers en négligeant le caractère global de certains marchés.

Pour produire son plein effet, l'achèvement du marché intérieur doit s'accompagner de la mise en place d'infrastructures modernes et efficaces en matière de transport, d'énergie, d'environnement. En ce qui concerne le transport, le Conseil européen de Essen a décidé le démarrage de 14 grands travaux avant la fin 96. 10 autres grands travaux consacrés à l'énergie compléteront l'initiative. Il s'agit de concrétiser les travaux, donc d'abord de mobiliser les fonds nécessaires, qu'ils soient publics ou privés. Il faudra aussi éliminer les obstacles administratifs et juridiques.

La Commission y travaillera avec enthousiasme et elle élaborera rapidement des orientations pour les infrastructures de réseaux dans le domaine de l'environnement.

Une politique dynamique de recherche et de développement est une des clés du succès. L'Union dépensera dans le cadre du 4ème programme-cadre

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

Paraît 10 fois par an
Tirage: 15.000 exemplaires
Reproduction autorisée
avec mention de la source.

SOMMAIRE

- 3 Discours d'investiture de M. Jacques Santer
- 5 Commerce Extérieur
- 11 Innovation
- 12 Social
- 14 Communiqués
- 17 Chiffres Economiques
- 21 Formation

plus de 12 milliards d'écus. Je vois des perspectives intéressantes dans des domaines novateurs tels que la voiture verte, la réduction des dépenses de santé, l'efficacité énergétique, la lutte anti-fraude.

Je souhaite, dans les années à venir, que nous accentuions l'effort de concentration des moyens, que nous rapprochions davantage recherche et industrie, que nous facilitions l'accès des PME aux programmes. Et, que nous mettions enfin en oeuvre le principe de cohérence réciproque des politiques nationales et de la politique communautaire tel que prévu dans le traité sur l'Union.

Il n'y a pas d'économie dynamique sans système performant d'éducation et formation. La lutte pour l'emploi commence par l'amélioration de la qualification professionnelle des jeunes et le développement de la formation continue. Je tiens à souligner le rôle important qui revient aux entreprises elles-mêmes dans ce contexte.

Le traité sur l'Union nous a fourni en matière d'éducation et formation des instruments nouveaux. Grâce à eux, les programmes Socrates et Leonardo démarrent en 1995. Il faut les faire fonctionner de manière efficace et transparente.

L'éducation et la formation bénéficieront directement de la société de l'information, véritable révolution technologique.

Le potentiel de cette révolution est gigantesque. Des marchés qui se chiffrent en milliards d'écus. Des gains prodigieux de compétitivité. Des emplois nouveaux, valorisants. Des progrès énormes en matière de médecine, d'éducation. L'Europe ne doit pas rater le coche. C'est pour cela que la Commission organisera en février une conférence ministérielle dans le cadre du G7 sur ce thème.

Le processus en cours est irréversible et universel. Plutôt que de le subir, nous devons l'orienter. Mettons rapidement en oeuvre le plan d'action proposé par la Commission. Mais je veux aller plus loin. Je veux que l'Union soit en première ligne, avec des technologies, des produits, des services européens.

Le progrès technologique doit contribuer à la diversité culturelle et linguistique en Europe. Nous devons donc aussi développer une stratégie des contenus. Je souhaite qu'on roule européen sur les autoroutes de l'information.

Mais attention! L'accès aux réseaux et aux services ne doit pas être limité aux franges les plus favorisées de la société. Si nous n'y prenons garde, le savoir divisera. Il faut au contraire qu'il unisse. Dans cette entreprise, je sais que le Parlement sera à nos côtés.

Si nous voulons une économie forte, il nous faut aussi une monnaie unique forte, sans risque de change interne. Nous pourrions ainsi développer pleinement le potentiel du marché intérieur et stimuler les investissements. La monnaie unique apportera aussi des avantages considérables aux citoyens dans leur vie de tous les jours. Sans oublier que l'Europe a besoin d'un statut monétaire international conforme à son poids économique et social.

Il ne faut donc pas dévier du chemin vers l'UEM tracé dans le traité. Il n'y a pas si longtemps, l'UEM semblait condamnée, balayée par la spéculation. Depuis lors, elle a relevé la tête. Mais restons vigilants. Un projet monétaire ne peut se réaliser que s'il se fonde sur une action crédible. C'est pour cela que le traité prévoit des critères de convergence. La Commission insistera sur leur stricte application. Les Etats membres devront à leur tour prendre leurs responsabilités et ne pas relâcher leurs efforts sous prétexte d'une conjoncture meilleure. Il s'agit là d'ailleurs de principes de bonne gestion. Pourquoi se priver d'une réduction des taux d'intérêts assurée par une politique de réduction des déficits publics?

Le traité prévoit également des délais. Il faut les respecter. A cette fin, la Commission établira un catalogue énumérant les travaux préparatoires nécessaires en complément de ceux effectués par l'Institut monétaire européen. Elle préparera de même un livre vert sur les conditions de passage à la monnaie unique.

Je suis optimiste. L'UEM viendra, j'en suis sûr. Elle changera la vie de nos peuples.



M. Jacques Santer a reçu la présidence d'EUROCHAMBRES

Monsieur Jacques Santer, Premier Ministre, a reçu récemment la Présidence d'EUROCHAMBRES regroupant les chambres de commerce européennes qui représentent plus de 14 millions d'entreprises de tous les secteurs économiques dont 99% de PME.

A cette occasion, le Premier Ministre et Président désigné de la Commission Européenne a eu un échange de vues étendu avec Sir Thomas Macpherson, Président, Monsieur Robert de Vilder, Vice-Président et Président depuis le 1er janvier 1995, Monsieur Antoni Negre i Villavecchia, Président adjoint, Monsieur Frank Friedrich, Secrétaire général, en présence de Monsieur Paul Meyers, Président, et Monsieur Paul Hipert, Secrétaire général de la délégation luxembourgeoise auprès d'EUROCHAMBRES.

ENTREPRENDRE



UNTERNEHMEN

ENTREPRENDRE '95

La coopération transfrontalière se caractérise par de nombreuses actions concrètes tant aux niveaux politique, qu'économique, universitaire ou culturel.

En tant qu'acteurs de la vie économique, les Chambres de Commerce et d'Industrie de la Grande Région Sar-Lor-Lux organisent la bourse d'affaires "Entreprendre" destinée à resserrer les liens entre les entreprises transfrontalières.

Cette bourse d'affaires a pour objet de faciliter la rencontre entre partenaires potentiels. Elle s'adresse avant tout aux petites et moyennes entreprises à la recherche d'un associé, d'un successeur, d'une coopération ou d'une représentation.

"ENTREPRENDRE" concerne également tous ceux qui souhaitent trouver des moyens pour exploiter une licence, ou des apports en capital afin de réaliser leurs projets.

Afin d'établir le contact entre les offreurs et les demandeurs, les annonces suscitant un intérêt sont communiquées à la criée. Dans ce système de bourse souple et simple, une attention particulière est portée à la discrétion et au principe de non-ingérence d'un tiers dans les affaires traitées.

Parmi les thèmes des offres et demandes on peut citer:

- la cession et la reprise d'entreprises
- les capitaux et participations
- les commercialisations
- les projets et savoir-faire
- les brevets et licences
- la sous-traitance

La huitième édition de cette bourse d'affaires "ENTREPRENDRE 95" aura lieu le:

5 avril 1995 à 14.00 heures
à la Chambre de Commerce du Grand-Duché
de Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi
L - 2981 LUXEMBOURG

La criée débutera à 15.00 heures.

Les personnes ayant l'intention de participer à la bourse d'affaires et qui désirent obtenir un ou plusieurs exemplaires de fiches d'annonceur sont priées de contacter le Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, Mlle Kemp, tél.: 42 39 39-59 ou 43 58 53 (central téléphonique), fax: 43 83 26.

Journées de l'exportation

Le Ministère des Affaires Etrangères, du Commerce Extérieur et de la Coopération organisera en collaboration avec la Chambre de Commerce et la Fédération des Industriels Luxembourgeois des "Journées de l'exportation" les **31 janvier et 1er février 1995**, une manifestation qui aura lieu à la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg.

Dans ce contexte, une série de séminaires seront consacrés à différents pays de différentes régions géographiques du monde.

Des orateurs parmi lesquels des ambassadeurs luxembourgeois, des consuls honoraires, des représentants des Chambres de Commerce belgo-luxembourgeoises à l'étranger, feront des exposés mettant en exergue les données macro-économiques de leurs pays de résidence et les opportunités que ces derniers présentent aux entreprises luxembourgeoises pour établir et développer des relations commerciales.

Le 31 janvier 1995 le Gouvernement invitera tous les participants à un dîner qui sera rehaussé par la présence de S.A.R. le Grand-Duc Hérédier.

La possibilité est également offerte d'avoir des contacts individuels avec les représentants des différents marchés géographiques.

Pour toutes informations supplémentaires, veuillez contacter la Chambre de Commerce, Mlle Romaine Hirschler, Tél.: 42 39 39 45.

Nette reprise des échanges intra-UE du Luxembourg

Le Statec vient de publier les chiffres provisoires des échanges intra-UE pour le premier semestre de 1994. Tant les exportations que les importations ont progressé de plus de 5% par rapport à la même période de l'année précédente. De façon générale, cette évolution des échanges intra-UE rejoint d'autres indicateurs économiques témoignant d'une embellie de l'économie luxembourgeoise.

Rappelons toutefois qu'en 1993 le commerce intra-UE avait reculé de près de 6% au premier semestre, et que la progression de 1994 recèle donc, pour une très large part, un effet de rattrapage.

La poussée des exportations est due en grande partie à la très nette reprise dans l'industrie. Les expéditions des matières plastiques et pneumatiques ainsi que des produits textiles, céramiques et de verre ont progressé à des rythmes allant de 10% à 18%. La plus forte contribution à l'expansion des ventes à l'étranger provient toutefois des industries métalliques (sidérurgie ainsi que des industries de l'aluminium et du cuivre).

L'augmentation des produits sidérurgiques s'explique, bien sûr, par la reprise générale du secteur, mais également par une réorganisation de la coopération avec la sidérurgie française générant pour le site luxembourgeois un important travail de transformation de demi-produits qui sont réexportés.

A l'importation, la nette progression est également en relation avec l'approvisionnement en matières premières de la sidérurgie, en général, et avec l'arrivée de demi-produits sidérurgiques en provenance de la France, en particulier. Par ailleurs, la relance dans l'industrie de l'aluminium et du cuivre et la hausse des prix de ces matières brutes ont engendré une croissance des importations de ces métaux.

Dans l'ensemble, les autres groupes de produits n'ont augmenté que de 3,6%. Le léger tassement des importations de produits énergétiques a été plus que compensé par les approvisionnements en matières premières pour l'industrie en expansion.

(Source: Stateg)

Séminaires assurance-qualité

L'assurance-qualité est devenue un outil de management moderne et un facteur de motivation interne aux entreprises. Elle constitue la garantie de la capacité de l'entreprise à satisfaire les besoins de sécurisation de ses clients. L'assurance-qualité constitue un avantage concurrentiel indispensable permettant de mieux relever les défis que posent les échanges avec l'étranger dans un environnement compétitif de plus en plus exigeant.

La Chambre de Commerce organisera en collaboration avec la Fédération des Industriels un premier séminaire d'orientation générale sur le thème de l'assurance-qualité, le **mardi 21 février 1995**. Ce séminaire sera animé par des intervenants des secteurs privé et public et comprendra des témoignages d'entreprises certifiées. L'objectif sera de présenter le contexte général dans lequel évolue l'assurance-qualité et d'expliquer l'importance de la mise en place d'un système d'assurance-qualité dans les entreprises luxembourgeoises.

Ce premier séminaire sera suivi ultérieurement par un colloque à caractère plus spécifique qui traitera de sujets techniques dont notamment les documents nécessaires à l'assurance-qualité et l'explication des différentes étapes à réaliser pour aboutir à la certification.

La date exacte de cette deuxième manifestation sera communiquée lors du premier séminaire.

Les personnes intéressées par le programme détaillé ou qui souhaitent participer à ces séminaires sont priées de contacter la Chambre de Commerce, service du commerce extérieur, Mlle Carine Hardt, Tél 42 39 39 34.

Missions de prospection commerciale luxembourgeoises à l'étranger

programme 1995

Il est prévu d'organiser différentes missions de prospection commerciale luxembourgeoises à l'étranger au cours de l'année 1995.

Ces missions seront présidées par S.A.R. le Grand-Duc Héritier et conduites par M. Georges Wohlfart, Secrétaire d'Etat aux Affaires Etrangères, au Commerce Extérieur et à la Coopération.

19 - 25 mars 1995:	Brésil - Argentine
14 - 20 mai 1995:	Inde
11 - 16 juin 1995:	Maroc
novembre 1995:	Arabie Saoudite

Pour toutes informations à ce sujet, veuillez contacter la Chambre de Commerce, Mlle Romaine Hirschler, Tél.: 42 39 39 45.

Les obligations statistiques des entreprises établies au Grand-Duché de Luxembourg en matière de paiements avec l'étranger

Au courant de l'année 1995, un nouveau système de collecte des informations nécessaires pour établir la balance des paiements entrera en vigueur après adaptation du cadre législatif et réglementaire.

Afin d'apprécier à sa juste valeur l'importance des échanges commerciaux et financiers réalisés avec l'étranger par les entreprises luxembourgeoises, un inventaire permanent des opérations avec l'étranger est réalisé par l'Institut belgo-luxembourgeois du Change afin de fournir les données à la conduite de la politique économique et monétaire du Grand-Duché et de la Belgique.

Dans ce contexte, la Chambre de Commerce dispose d'une documentation sur "Les obligations statistiques des entreprises établies au Grand-Duché de Luxembourg en matière de paiements avec l'étranger" dans laquelle sont reprises les nouvelles modalités qui seront d'application pour les entreprises établies au Grand-Duché de Luxembourg.

En cas d'intérêt de votre part d'obtenir une copie de cette documentation, veuillez contacter le Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, Mlle Christiane KEMP, Tél.: 42 39 39 59.

Messen und Ausstellungen März 1995

Für weitere Auskünfte steht die Handelskammer Ihnen gerne zur Verfügung (Mme Hoor, Tel.: 42 39 39 84). Um kurzfristigen Änderungen der Ausstellungstermine Rechnung zu tragen, sollten Sie sich diese vom Organisator vor Ihrer Abfahrt bestätigen lassen.

März 1995 - Turin (I)

AUTOMOTOR

Internationale Fachmesse für Kfz-Bauteile, Ersatzteile, Zubehör und Werkstattausrüstung
Tel.: 0039 11 5761411

2.3.- 5.3.1995 - Bremen (D)

FREIZEIT AKTIV

Ausstellung für Wassersport, Touristik, Camping, Caravan, Garten, Freizeit
Tel.: 0049 511 990950

2.3.-12.3.1995 - Brüssel (B)

BATIBOUW

Internationale Fachmesse für Baustoffe, Renovierung und Inneneinrichtung
Tel.: 0032 2 6608934

3.3.- 5.3.1995 - Wiesbaden (D)

BIO FACH

Internationale Fachmesse für Naturkost und Naturwaren
Tel.: 0049 9171 4011

4.3.-12.3.1995 - Luxemburg (L)

EUROPLEINAIR

Europäische Freizeitausstellung
Tel.: (00352)43991

5.3.- 7.3.1995 - Düsseldorf (D)

IGEDO

Internationale Modemesse
Tel.: 0049 211 439601

5.3.- 8.3.1995 - Köln (D)

Internationale Eisenwarenmesse

Welt-Centrum Werkzeug, Sicherungstechnik Schloß + Beschlag und DIY' TEC, Fachmesse für Bau- und Heimwerkerbedarf
Tel.: 0049 221 8210

7.3.-11.3.1995 - Mailand (I)

TAU EXPO

Internationale Ausstellung für Technologien zum Schutze der Umwelt und des Menschen mit Ausstellung für Brand- und Zivilschutz
Tel.: 0039 2 4855403

7.3.-11.3.1995 - Leipzig (D)

Leipziger Frühjahrsmesse

Innovationsforum Leipzig, Kongreßmesse für Technologie und Innovation
Tel.: 0049 30 21000343

7.3.-11.3.1995 - Leipzig (D)

TERRATEC

Leipziger Frühjahrsmesse - Fachmesse und Kongreß für Umweltinnovation
Tel.: 0049 341 12230

7.3.-11.3.1995 - Leipzig (D)

Verpackungsmesse Leipzig

Fachmesse mit Symposium
Tel.: 0049 341 12230

8.3.-12.3.1995 - Frankfurt/Main (D)

Internationale Musikmesse Frankfurt

Internationale Fachmesse Musikinstrumente, Ton- und Licht Equipment, Musikzubehör, Musikalien
Tel.: 0049 69 75750

8.3.-12.3.1995 - Erfurt (D)

FABAU

Fachmesse für Bautechnik, Bau, Ausbau, Sanierung, Renovierung und Haustechnik
Tel.: 0049 6322 94070

8.3.-15.3.1995 - Hannover (D)

CEBIT Hannover

Welt-Centrum Büro - Information - Telekommunikation
Tel.: 0049 511 890

9.3.-12.3.1995 - Luxemburg (L)

Antiquitäten- und Kunstaussstellung und Festival des Luxemburger Buches
Tel.: (00352) 43991

9.3.-19.3.1995 - Genf (CH)

Automobil-Salon

Internationaler Automobil-Salon
Tel.: 0041 22 7980100

10.3.-15.3.1995 - Hamburg (D)

INTERNORGA

Internationale Fachausstellung für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftspflege Bäckereien und Konditoreien
Tel.: 0049 40 35690

11.3.-13.3.1995 - Leipzig (D)

Leipziger Messe

Uhren, Schmuck, Silberwaren
Tel.: 0049 341 2230

12.3.-15.3.1995 - Grenoble (F)

SIG

Internationale Messe für Wintersportartikel und Wintersportmode
Tel.: 0049 211 450883

13.3.-15.3.1995 - Amsterdam (NL)

EUROPREMIUM

Internationale Fachmesse für Premiums, Verkaufshilfen und Werbegeschenke
Tel.: 0031 20 6260151

13.3.-18.3.1995 - Amsterdam (NL)

AUTOVAK

Internationale Fachmesse für Kfz-Werkstattausrüstung, Ersatzteile und Zubehör
Tel.: 0031 20 5491212

15.3.-19.3.1995 - Köln (D)

IOR

Internationale Off-Road-Geländewagen-Ausstellung
Tel.: 0049 89 6082103

17.3.-19.3.1995 - Salzburg (A)

CREA'TISCH

Internationale Fachmesse für Tafelgeschirr, Gebrauchskunst
Tel.: 0043 662 44770

17.3.-19.3.1995 - Salzburg (A)

SOUVENIR

Internationale Fachmesse für Souvenirartikel
Tel.: 0043 662 4477245

17.3.-20.3.1995 - Düsseldorf (D)

GDS

Internationale Schuhmesse
Tel.: 0049 211 456001

17.3.-20.3.1995 - Paris (F)

SIF

Internationale Franchise-Messe
Tel.: 0033 1 47565000

18.3.-26.3.1995 - Brüssel (B)

VACANCES

Internationale Ausstellung für Ferien, Tourismus und Freizeit
 Tel.: 0032 2 4770477

18.3.-26.3.1995 - Saarbrücken (D)

FREIZEIT

Ausstellung für Touristik, Camping, Hobby, Auto, Motorsport, Wassersport, Reitsport
 Tel.: 0049 681 954020

19.3.-21.3.1995 - Kortrijk (B)

INTERFREEZ

Internationale Fachmesse für Tiefkühlkost, Kühlung und Tiefkühlketten
 Tel.: 0032 56 204000

21.3.-23.3.1995 - Nürnberg (D)

POWTECH

Internationale Fachmesse für Pulver-, Granulat- und Schüttgut-Technologie
 Tel.: 0049 911 86060

21.3.-25.3.1995 - Mailand (I)

MOVINT

Internationale Ausstellung für industrielles und mechanisches Fördern und Heben
 Tel.: 0039 2 4855403

22.3.-26.3.1995 - Essen (D)

CAMPING

Internationale Messe Camping/Caravanning - Hobbyausrüstung
 Tel.: 0049 201 72440

22.3.-26.3.1995 - Essen (D)

REISE international

Touristikmesse - Urlaub + Freizeit, Reiseausrüstung
 Tel.: 0049 201 72440

23.3.-26.3.1995 - Leipzig (D)

Leipziger Buchmesse

Tel.: 0049 341 2230

23.3.-26.3.1995 - Leipzig (D)

EUROMED

Medizinische Fachmesse und Kongreß
 Tel.: 0049 341 2230

24.3.-26.3.1995 - Düsseldorf (D)

BEAUTY

Internationale Fachmesse für Kosmetik - Europäische Fachmesse für Nail-Design
 Tel.: 0049 8661 1224

25.3.-27.3.1995 - Leipzig (D)

SCHUH MODERN

Internationale Schuhfachmesse
 Tel.: 0049 341 2230

26.3.-28.3.1995 - Maastricht (NL)

HIA EURO

Internationale Fachmesse für Kunsthandwerk, Modellbau und Hobby
 Tel.: 0031 201 7941133

26.3.-29.3.1995 - Rimini (I)

SIB

Internationale Ausstellung Ausrüstung für Diskotheken und Tanzsäle
 Tel.: 0039 541 711711

27.3.-30.3.1995 - Paris (F)

INTERMEDICA

Internationale Fachmesse für Medizintechnik
 Tel.: 0033 1 45533624

27.3.-31.3.1995 - Paris (F)

MANUTENTION

Internationale Fachausstellung für Materialflußtechnik und Systeme in der Automation
 Tel.: 0033 1 49685100

27.3.-31.3.1995 - Paris (F)

SITS

Internationale Ausstellung für Oberflächenbehandlung und industrielle Veredelung
 Tel.: 0033 1 49685100

28.3.-30.3.1995 - Paris (F)

SITL

Internationale Ausstellung für Transport und Logistik
 Tel.: 0033 1 47565000

28.3.- 1.4.1995 - Frankfurt/Main (D)

ISH

Internationale Fachmesse für Sanitär, Heizung und Klima
 Tel.: 0049 69 75750

29.3.- 1.4.1995 - Paris (F)

BALI-3R

Internationale Ausstellung Produkte und Dienstleistungen für Gebäude-restaurierung, Renovierung und Sanierung
 Tel.: 0044 707 275641

31.3.- 9.4.1995 - Genf (CH)

Internationale Messe

für Erfindungen, neue Techniken und Produkte
 Tel.: 0041 22 7365949

TOUT SUR LE DROIT DU TRAVAIL

AVEC ACTUALISATION REGULIERE

**DROIT DU TRAVAIL
 AU
 GRAND-DUCHE DE LUXEMBOURG**

sous la direction de

MARC FEYEREISEN
 Directeur adjoint de l'Inspection du Travail et des Mines

600 pages, format 214x270mm
 reliure: beau classeur à 4 agneaux
 Prix: 8.850.- LUF

Ouvrage à feuillets mobiles sur la législation du travail que toute entité administrative et toute personne liée par un contrat de travail, soit en tant que patron, soit en tant que salarié, se doivent de connaître.

L'ouvrage est structuré par une succession de presque cent lois et règlements grand-ducaux qui seront tenus à jour au moins une fois par an.

Il est assorti d'une table des matières et d'un index alphabétique permettant tant au professionnel qu'au non-professionnel de pouvoir saisir globalement et instantanément l'étendue de la problématique à laquelle ils risquent d'être confronté.

POUR COMMANDER: adressez-vous à votre librairie, ou directement aux

**EDITIONS PROMOCULTURE B.P. 1142
 L-1011 Luxembourg. C.C.P. nr 87236-33**

E X P O R T E R
+
A S S U R E R
=
D U C R O I R E



**POURQUOI NE PAS ALLIER
EXPORTATION ET SÉCURITÉ:
ASSURANCE-CRÉDIT**

7, rue Alcide de Gasperi • L-1615 LUXEMBOURG
Tél.: (352) 43 58 53 • Fax: (352) 43 83 26 • Téléc: 60174 CHCOM LU

INNOVATION
EXPERIENCE
COMMITMENT

Die Kreditversicherung oder wie sichere ich mich gegen die Zahlungsunfähigkeit meiner Kunden ab

Die Einführung des Europäischen Binnenmarktes hat die luxemburgischen Unternehmen vor neue Herausforderungen gestellt. Zum einen sehen sich die Unternehmen einem stärkeren Konkurrenzdruck ausländischer Betriebe auf dem nationalen Markt ausgesetzt, zum anderen ermuntert der Abbau administrativer Barrieren bei der Ausfuhr von Waren und Dienstleistungen zur Erschließung des ausländischen Marktpotentials.

Erschwert wird die Situation der Unternehmen durch die gegenwärtige europäische Wirtschaftslage. Infolge der Rezessionsperiode kennen viele Betriebe Finanzprobleme und versuchen diese über den Lieferantenkredit zu überbrücken. Zahlungsfristen werden nicht mehr eingehalten und die Liquiditätsprobleme werden auf den Zulieferer abgewälzt. Neben diesem Zahlungsverzug kann des weiteren eine ständig wachsende Zahl der Unternehmenskonkurse festgestellt werden. Im letzten Jahr betrug die Zahl dieser Konkurse in unseren Nachbarländern Belgien, Deutschland und Frankreich 6.154, 20.100 bzw. 68.111 Pleiten. In Luxemburg wurde die Rekordzahl von 305 Konkursen aufgewiesen.

In Anbetracht dieser Tatsachen wird es für das Zulieferunternehmen immer wichtiger, sich vor Vertragsabschluß über die Kreditwürdigkeit des Geschäftspartners zu informieren.

Der Lieferant kann versuchen diese Solvenzanalyse selbst durchzuführen oder ein spezialisiertes Informationsbüro einzuschalten. Diese Art der Informationsbeschaffung bietet jedoch keine Garantie gegen die Gefahr eines Forderungsausfalls. Stellen sich die Informationen im nachhinein als unzureichend oder falsch heraus, muß der Unternehmer die Konsequenzen selbst tragen. Das Risiko eines Forderungsausfalls durch die Zahlungsunfähigkeit des Kunden wird demnach nicht vollständig gedeckt.

Ein weit sichereres Instrument zur Absicherung gegen die Insolvenz sowohl der in- als auch der ausländischen Kunden stellt die Kreditversicherung dar.

Im Rahmen einer Kreditversicherung kann das Zulieferunternehmen auf folgende Leistungen zurückgreifen:

1. Beurteilung der Kreditwürdigkeit der Kunden
2. Überwachung der Kreditwürdigkeit
3. Hilfestellung beim Einziehen überfälliger Forderungen
4. Entschädigung bei Forderungsausfällen

Die Beurteilung der Kreditwürdigkeit gibt Aufschluß über die Höhe der Lieferantenkredite, die das Unternehmen seinen Kunden bedenkenlos gewähren kann.

Das versicherte Unternehmen verfügt somit über eine präzise Information hinsichtlich der finanziellen Situation seiner Geschäftspartner.

Die fortwährende Überwachung der Kreditwürdigkeit ermöglicht eine ständige Aktualisierung des Informationsstandes. Erste Anzeichen einer möglichen Zahlungsunfähigkeit werden dem Versicherten sofort mitgeteilt, so daß letzterer die geeigneten Maßnahmen zur Vermeidung eines Forderungsausfalls treffen kann.

Trifft das Unternehmen trotz dieser Vorsichtsmaßnahmen auf einen insolventen Kunden, bietet der Kreditversicherer eine hilfreiche Unterstützung beim Einziehen der überfälligen Forderungen. Diese Hilfestellung ist besonders im Falle ausländischer Zahlungsausfälle interessant, da das Einziehen dieser Forderungen erfahrungsgemäß in dem Land des Debitoren erfolgen muß. Der Kreditversicherer kennt die verschiedenen nationalen Gesetzgebungen, auf die bei einer solchen Prozedur zu achten ist. Im Falle eines Gerichtsverfahrens verfügt er über ein internationales Netz spezialisierter Rechtsanwälte, die dem Versicherten zu seinem Recht verhelfen.

Wird trotz dieser Bemühungen ein Ausfall der Forderungen festgestellt, z.B. in Folge eines Konkurses des Geschäftspartners, zahlt die Kreditversicherung eine Entschädigung an das versicherte Unternehmen. Diese Entschädigung, die in der Regel 85-95% der ausstehenden Forderung beträgt, verhindert, daß die Liquiditäts- und Finanzplanung des Zulieferunternehmens in eine Schiefelage gerät.

Die Kreditversicherung ist demnach ein Instrument zur Abschätzung und Überwachung der Abnehmer, zum Einziehen überfälliger Forderungen und ein Schutzschild gegen die Liquiditätsprobleme, die ein Zahlungsverlust in der Finanzplanung des Lieferanten anrichten kann.

Das OFFICE DU DUCROIRE ist eine öffentliche Einrichtung, die per Gesetz vom 25 November 1961 zur Unterstützung der ausführenden luxemburgischen Unternehmen ins Leben gerufen wurde. Neben der eben aufgezeigten Kreditversicherung, die auf kurzfristige Geschäfte, sowohl im In- wie im Ausland, abzielt, bietet das OFFICE DU DUCROIRE auch Risikoabdeckungsmöglichkeiten im Rahmen von Investitionsvorhaben, Käuferkrediten, Konsignationslagern und Leasinggeschäften. Hinsichtlich dieses vielseitigen Angebotes an Kreditversicherungsmöglichkeiten und der langjährigen Erfahrung auf diesem Gebiet ist diese Einrichtung ein idealer Ansprechpartner für jedes Unternehmen, das seinen Kunden einen Kredit gewährt. Die Geschäftsstelle des OFFICE DU DUCROIRE befindet sich im Gebäude der Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, L-2981 Luxembourg (Tel.:43 58 53).

APPELS AUX PROPOSITIONS

Le lancement du nouveau Programme-cadre de R&D de l'Union européenne s'accompagne de la publication des premiers appels aux propositions pour la participation aux programmes spécifiques de R&D.

Les premiers appels aux propositions officiels ont été publiés le 15 décembre 1994 et la date limite de soumission pour la plupart d'entre eux est fixée au 15 mars 1995.

Des informations supplémentaires, les programmes de travail ainsi que les dossiers de soumission sont d'ores et déjà disponibles auprès des services de LUXINNOVATION.

Ci-dessous figure un résumé ne reprenant que les appels aux propositions qui représentent un intérêt majeur pour les entreprises luxembourgeoises.

- **Brite/Euram III** - Premier appel aux propositions pour le programme spécifique de recherche et de développement technologique, y compris de démonstration, dans le domaine des **technologies industrielles et des matériaux** (1994 - 1998)

(Domaines 1, 2 et 3) (Brite/Euram III)

Les domaines à traiter sont les technologies de production, les matériaux et technologies pour l'innovation des produits et les technologies pour les moyens de transport.

Date limite de soumission: 15.3.95

- Appel à propositions (dernier avis) concernant le programme spécifique de recherche et de développement technologique, y compris de démonstration, dans le domaine des technologies et services avancés des communications (ACTS) (1994-1998)

Date limite de soumission: 15.3.95

- Premier appel à propositions pour le programme spécifique de recherche et de développement technologique dans le domaine des normes, mesures et essais (1994 - 1998)

Le présent appel porte sur les thèmes suivants : mesures pour des produits européens de qualité, recherche relative aux normes et soutien technique au commerce, mesures au service de la société.

Date limite de soumission: 15.3.95

- Avis à propositions de projets pour le programme spécifique de recherche et de développement technologique, y compris la démonstration, dans le domaine des **technologies de l'information**.

Les domaines techniques ciblés sont les technologies de base ou technologies de soutien, ainsi que des thèmes sélectionnés qui intègrent des technologies dans des systèmes.

Date limite de soumission: 15.3.95

- Programme "**Applications télématiques**" - Appel à propositions pour le programme spécifique de recherche et développement technologique, y compris les activités de démonstration, dans le domaine des applications télématiques d'intérêt commun (1994-1998).

Les secteurs de travail sont: télématique pour les services d'intérêt public, télématique pour la connaissance, télématique pour l'emploi et l'amélioration des conditions de vie, activités horizontales de RDT, actions de soutien au programme.

Date limite pour la réception des résumés des propositions: 31.1.1995; pour la réception des propositions complètes: 15.3.1995

- Préavis du premier appel aux propositions pour le programme spécifique de recherche, développement technologique et démonstration dans le domaine de la **biomédecine et santé** (1994-1998)

Date limite de soumission: 31.3.95

- Programme **Joule-Thermie** - Premier appel aux propositions pour le programme spécifique de recherche et de développement technologique, y compris de démonstration, dans le domaine des énergies non-nucléaires (1994-1998) (Joule-Thermie)

Les domaines couverts sont: 1. Stratégie de recherche, développement, démonstration et diffusion de l'énergie; 2. Utilisation rationnelle de l'énergie; 3. énergies renouvelables; 4. Combustibles fossiles; 5. Diffusion de technologies de l'énergie.

Date limite de soumission: 24.3.95

- Préavis du premier appel aux propositions pour le programme spécifique de recherche, développement technologique et démonstration dans le domaine des transports (1994-1998)

Date limite de soumission: 15.3.95

- Programme capital humain et mobilité - Appel aux propositions pour le programme spécifique de recherche et de développement technologique dans le domaine du capital humain et de la mobilité (activité 1 - bourses institutionnelles) s'adressant aux chercheurs

Date limite de soumission: 15.3.95

LUXINNOVATION

SERVICE DE PROMOTION ET D'ASSISTANCE A L'INNOVATION

7, rue Alcide de Gasperi
L-1615 LUXEMBOURG

Tél.: 43 62 63
Fax: 43 83 26 / 43 23 28

Niveau du salaire social minimum à partir du 1er janvier 1995

En application des dispositions de la loi du 23 décembre 1994 modifiant les articles 13 et 14 de la loi modifiée du 12 mars 1973 portant réforme du salaire social minimum, le taux du salaire social minimum est revalorisé de 3,3% à partir du 1er janvier 1995 pour atteindre 8.172.- francs à l'indice 100.

Le niveau du salaire social minimum correspondant à la cote d'application 522,24 de l'échelle mobile des salaires est fixé comme suit à partir de cette date:

Age	Taux mensuel	Taux horaire
à partir de		
18 ans accomplis	42.677.- francs	246,69.- francs
17 ans accomplis	34.142.- francs	197,35.- francs
16 ans accomplis	29.874.- francs	172,68.- francs
15 ans accomplis	25.606.- francs	148,01.- francs

A partir du 1er janvier 1995, le niveau du salaire social minimum de référence est relevé au niveau pré-cité du salaire social minimum pour travailleurs non-qualifiés âgés de 18 ans au moins.

A partir du 1er janvier 1995, la notion de "salaire social minimum pour travailleurs avec charge de famille" est abolie.

Salaire social minimum pour travailleurs qualifiés

Le niveau du salaire social minimum pour travailleurs qualifiés au sens des dispositions de l'article 4 modifié de la modifiée du 12 mars 1973 portant réforme du salaire social minimum est fixé à 51.213.- francs par mois à partir du 1er janvier 1995.

Inspection générale de la sécurité sociale

Paramètres sociaux

(valables à partir du 1er janvier 1995) N.I. 522.24

1. Minima et maxima cotisables

Salaire social minimum de référence	42.677
Minimum cotisable assurés actifs (tous les régimes)	
- 18 ans et plus	100% 42.677
- 17 ans	80% 34.142
- 16 ans	70% 29.874
- 15 ans	60% 25.606
Minimum cotisable pensionnés (assurance maladie)	130% 55.481
Maximum cotisable (tous les régimes)	213.387

2. Assurance pension

Pension minimum personnelle	36.650
-----------------------------	--------

Pension minimum de veuve	29.727
Pension personnelle maximum	169.676
Seuil anticumul veuves	61.083
Revenu professionnel immunisé	27.148

3. Revenu minimum garanti (RMG) et autres prestations mixtes (versés sous conditions de ressources)

Montant par mois:	
- 1er personne adulte	30.405
- 2e personne adulte	15.202
- Personne adulte supplémentaire	8.701
- Enfant	4.476
- Majoration pour impotence	13.808
Allocation pour personnes gravement handicapées de	
- moins de 18 ans	6.904
- 18 ans et plus	13.808
Allocations de soins	13.808

4. Prestations familiales

a. Allocations familiales:	
- Montant pour 1 enfant	3.211
- Montant pour 2 enfants	8.669
- Montant pour 3 enfants	17.573
- Montant pour chaque enfant en plus	8.904

Majorations d'âge:

- par enfant âgé de 6-11 ans	522
- par enfant âgé de 12 ans et plus	1.566

Allocation spéciale supplémentaire pour infirme	2.141
---	-------

b. Allocation d'éducation:

- Montant plein	100%	15.667
- Montant réduit à	50%	7.833

Revenu professionnel pris en compte pour:

- 1 enfant à charge	128.032
- 2 enfants à charge	170.710
- plus de 2 enfants à charge	213.387

c. Allocation de rentrée scolaire:	de 6-11 ans	12 ans et plus
- Montant pour 1 enfant	3.655	5.222
- Montant pour groupe de 2 enfants	6.266	7.833
- Montant pour groupe de 3 enfants et +	8.878	10.444

d. Allocation de naissance (3 tranches):

- Montant par tranche	18.737
-----------------------	--------

e. Allocation de maternité (maximum 16 semaines):

- Montant par semaine	6.266
-----------------------	-------

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

Chambre de Commerce

L-2981 Luxembourg

Mlle Pascale Eydt

Tél.: 42 39 39 41

Téléfax: 43 83 26

Télex: 60 174 chcom lu

Charges sociales

Situation au 1er janvier 1995 (indice 522,24)

1. Taux de cotisation ⁽¹⁾

Branche d'assurance	Ouvriers			Employés			Indépendants Taux ⁽⁶⁾
	Taux	Part du patron	Part de l'ouvrier	Taux	Part du patron	Part de l'employé	
Assurance pension	16,000%	8,000%	8,000%	16,000%	8,000%	8,000%	16,000%
Assurance maladie ⁽²⁾	9,000% ⁽³⁾	4,500%	4,500%	5,150% ⁽⁴⁾	2,575%	2,575%	5,200% ⁽⁵⁾
Assurance accidents	entre 0,62 % et 6 %						0,62% - 6%

(1) Applicables uniquement dans le cadre d'une "occupation principale".

(2) Préretraités: 5%, dont part patronale: 2,5%; part salariale: 2,5%.

(3) 9% dont 5% pour les prestations en nature et 4% pour les prestations en espèces.

(4) 5,15% dont 5% pour les prestations en nature et 0,15% pour les prestations en espèces.

(5) 5,2% dont 5% pour les prestations en nature et 0,20% pour les prestations en espèces.

(6) Assiette: revenu net provenant d'une activité indépendante, telle que visée par la législation fiscale (L.I.R. art. 10).

2. Minima et maxima cotisables

Branche d'assurance	Minimum mensuel	Maximum mensuel ⁽¹⁾
Assurance maladie	le salaire social minimum ⁽²⁾ qui est de 8.172 LUF à l'indice 100, soit à l'indice 522,24:	
Assurance pension	42.677 LUF pour les salariés de 18 ans 34.142 LUF pour les salariés de 17 ans 29.874 LUF pour les salariés de 16 ans 25.606 LUF pour les salariés de 15 ans	5 fois le salaire social minimum c.-à-d. 213.387 LUF à l'indice 522,24
Assurance accidents		

(1) Le maximum annuel correspond à 12X le maximum mensuel c.-à-d.:

pour l'assurance maladie (213.387 X 12) = 2.560.644.- LUF

pour l'assurance pension (213.387 X 12) = 2.560.644.- LUF

pour l'assurance accidents (213.387 X 12) = 2.560.644.- LUF

(2) Le salaire de référence, en vigueur jusqu'au 31.12.1994, est remplacé par le salaire social minimum

3. Salaire social minimum

$$42.677.- \text{ LUF} = (8.172.- \text{ LUF indice } 100)$$

Intrastat - 1995

Le 1er janvier 1995 l'Union européenne s'est élargie à l'Autriche, la Finlande et la Suède.

Dès lors, les procédures douanières avec ces pays seront supprimées et, partant, la documentation de base pour la statistique du commerce extérieur disparaîtra. Aussi les échanges de biens avec ces nouveaux Etats membres devront-ils être mentionnés dans la déclaration Intrastat. Les codes de la géonomenclature pour ces trois pays sont les suivants:

Suède 030
Finlande 032
Autriche 038

Par ailleurs, il est à noter que les seuils d'assimilation (4,2 millions de Luf par flux de marchandises et années) et de simplification (10 millions de Luf par flux de marchandises et années) ne sont pas modifiés. Par conséquent, pour se positionner par rapport à ces seuils, les opérateurs économiques doivent également prendre en considération les échanges avec les nouveaux Etats membres.

Pour tout renseignement complémentaire, le service Intrastat du Statec reste à votre disposition - ligne spéciale 46 00 93 (Statec).

Guardian Europe: Accord sur le verre plat

Guardian Europe, filiale européenne de Guardian Industries Corp. s'est félicitée de l'accord sur le verre plat annoncé récemment par les Etats-Unis et le Japon.

M. Jean Ries, Secrétaire Général de Guardian Europe disait: "l'accord bénéficiera aux producteurs de verre plat en Europe et aux Etats-Unis en ce qu'il leur ouvre l'accès au deuxième marché national du point de vue de son importance".

L'accord appelle les distributeurs japonais de verre plat à diversifier leurs sources d'approvisionnement, en les élargissant aux producteurs étrangers compétitifs.

Dans le cadre de cet accord, le gouvernement japonais encouragera aussi une utilisation plus large de verre isolant et de verre de sécurité et permettra à des sociétés étrangères de participer à pied d'égalité dans des soumissions publiques dans le secteur de la construction. Le succès de l'accord dépendra dans une large mesure d'une réforme du système de distribution japonais, ainsi que d'un mécanisme de mise en vigueur et de surveillance global.

Sujet principal de l'accord, le verre plat est destiné avant tout au secteur immobilier, à l'industrie de l'automobile, à la fabrication de miroirs et à l'industrie du meuble.

Guardian a, depuis cinq ans, cherché à établir une présence au Japon afin d'y refléter le succès que la société a connue dans d'autres marchés mondiaux. Les progrès furent cependant modestes, suite aux difficultés d'accès au système de distribution japonais.

Guardian Europe coordonne les activités de six unités de production de verre situées au Luxembourg (Luxguard I à Bascharage, Luxguard II à Dudelange et Guardian Automotive-E à Grevenmacher), en Espagne et en Hongrie. Fin 1994 a vu le début de la construction d'une nouvelle unité en Arabie Saoudite. La palette de produits comprend des produits aussi diversifiés que les verres plats, trempés, laminés, le verre à basse émissivité, le verre réfléchissant et le miroir.

En à peine quinze ans d'existence en Europe, Guardian y a investi quelque trente milliards de francs et créé plus de deux mille cinq cents emplois, dont environ mille deux cents à Luxembourg, représentant un investissement de quelque quatorze milliards de francs.

Autofestival '95 im Zeichen der Sicherheit

Das diesjährige Autofestival, das vom 28. Januar bis zum 6. Februar über die Bühne gehen wird, steht ganz im Zeichen der Sicherheit.

"Achetes en confiance - Roulez en sécurité" lautet denn auch das Motto, unter das die Association des Distributeurs Automobiles Luxembourgeois (ADAL), die 95er Automobil-Verkaufsschau gestellt hat.

Einerseits dokumentiert sie damit, daß sie alles in ihrer Macht stehende tun will, um 1995 zu einem sicheren Jahr auf unseren Straßen zu machen. So setzt sie sich zum Beispiel für ein Maximum an Sicherheit im und ums Auto ein, fördert Schutzsysteme wie Airbag, Sicherheitsgurte und Kindersitze und plädiert für die Verallgemeinerung von Sicherheitstechnologien wie ABS und Seitenaufprallschutz.

Durch ihre Mitgliedschaft bei der "Sécurité Routière", ihr Engagement im Verwaltungsrat des neuen "Centre de Formation pour Conducteurs" in Colmar-Berg und die kostenlose Mitarbeit ihrer Mitglieder bei der alljährlichen "Campagne de l'éclairage et du pneu" unterstreicht die ADAL noch zusätzlich dieses Bestreben.

In diesem Zusammenhang begrüßt die ADAL die verstärkten staatlichen Bemühungen, eine moderne, den aktuellen Fahr- und Transportbedürfnissen angepaßte Straßeninfrastruktur zu schaffen, die sich u.a.

durch die Fertigstellung der "Collectrice du Sud" und der Ostumgehungsstraße der Hauptstadt dokumentieren.

Andererseits will sie aber auch ein deutliches Zeichen im Hinblick auf ein Anziehen der Konjunktur im Automobilsektor setzen. Denn seit dem Rekordjahr 1991 durchläuft die Branche eine 3-jährige Durststrecke. Einem katastrophalen Verkaufsjahr 1992 folgte ein weiteres Krisenjahr. In der Tat mußte die Branche auch 1993 erneut 20% Verluste hinnehmen. Da bei rückläufigen Verkaufszahlen und Umsatz die Kosten konstant blieben, kam in den vergangenen Jahren so mancher Betrieb in ernsthafte Schwierigkeiten.

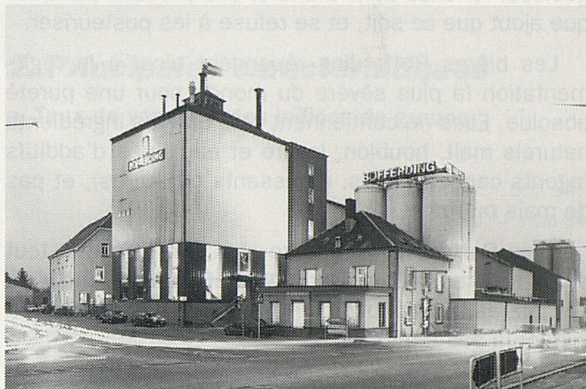
Auch wenn im vergangenen Jahr noch ein leichter Rückgang spürbar war, so scheint das Ende der Talsohle jedoch erreicht. Für einen wirklichen Aufschwung bedarf es aber einer besonders kräftigen Ankurbelung.

Diese Funktion sollte eigentlich das Autofestival übernehmen, das bekanntlich etwa 20 bis 30% des Verkaufsvolumens in den Jahresbilanzen ausmacht.

Angesichts der Verbesserung der internationalen Konjunktur hofft die ADAL denn auch auf ein erfolgreicheres Autofestival, als dies in den letzten Jahren der Fall war. Sie zählt auf eine rege Beteiligung aller Autofreunde und ruft dazu auf, die während dieser Periode besonders günstigen Kaufbedingungen zu nutzen.

IV

Bofferding mise sur la qualité



La brasserie Bofferding continue à aller de l'avant; elle est constamment en quête d'amélioration de la qualité de ses produits.

Ses maîtres-brasseurs ont ainsi réussi à mettre les installations les plus modernes au service de l'art et

ENFIN UN TEXTE POUR CEUX QUI LEASENT

Vous désirez leaser? Alors, lisez d'abord ceci. Au Garage Binsfeld, nous vous faisons maintenant une offre que vous ne pourrez pas refuser. En effet, sur toute une gamme de Micra, Sunny et Primera, nous vous offrons une location de 43 mois avec option d'achat. 70 000 km d'entretien gratuit et la sécurité d'une assurance couvrant toutes les éventualités: responsabilité civile, défense recours, vol incendie, bris de glace, dégât matériel.

M O N T A N T M E N S U E L H O R S T A X E

10 564.- MICRA 1.0 L 3 PORTES

11 805.- MICRA 1.3 LX 3 PORTES

13 662.- SUNNY 1.4 LX 3 PORTES



14 918.- SUNNY 2.0 LX DIESEL BREAK

15 651.- PRIMERA 1.6 LX 4 PORTES

17 707.- PRIMERA 2.0 LX DIESEL BREAK

LEASER EN TOUTE SÉRÉNITÉ ...

AU GARAGE BINSFELD À SCHIFFLANGE

de la science brassicoles traditionnels, et produisent les bières Bofferding à partir de malt et houblon uniquement, sans le moindre additif, et sans maïs ou riz, et sans pasteurisation. (Exception: les bières en boîtes sont pasteurisées.)

Bofferding, la première des brasseries luxembourgeoises, renonce donc à altérer ses produits par quelque ajout que ce soit, et se refuse à les pasteuriser.

Les bières Bofferding répondent ainsi à la réglementation la plus sévère du monde pour une pureté absolue. Elles ne contiennent plus que les ingrédients naturels malt, houblon, levure et eau - pas d'additifs (agents conservateurs, moussants ou autres), et pas de maïs ou riz.

Mais Bofferding va encore plus loin: elle met tout son savoir-faire au profit du goût et de la fraîcheur de ses bières, en adoptant un processus de fabrication évitant la pasteurisation.

Car un tel traitement de conservation par la chaleur entraînerait nécessairement une diminution de la qualité du goût: Pensez par exemple à la différence de goût entre fruits frais et fruits en conserves!

La garantie de fraîcheur Bofferding apporte donc un plaisir gustatif nouveau; elle assure aux bières Bofferding l'une des qualités essentielles: la fraîcheur.

Page adjointement complémentaire
à insérer dans votre revue à votre disposition

LUXBAZAR
LES HEBDOMADAIRES DES BONNES AFFAIRES
LORBAZAR

**AVIS
AUX EMPLOYEURS**

**INSEREZ
GRATUITEMENT
VOS OFFRES D'EMPLOI**

contactez nous

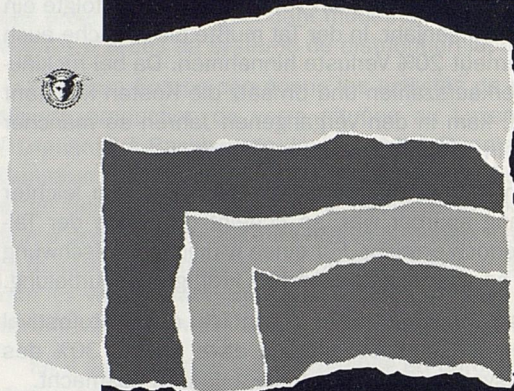

40 74 74


48 18 54


**vendu au Luxembourg,
en Lorraine, en Allemagne
et en Belgique**


Luxbazar Editions 19, rue des Légionnaires L-1926 LUXEMBOURG

47ème Foire Internationale de l'Artisanat et des Métiers 11-19 mars 1995 Munich



Permettre aux entreprises artisanales de s'informer sur l'évolution de leurs métiers: tel est le rôle de IHM 95 Munich. 1600 exposants auxquels s'ajoutent 450 sociétés représentées originaires de près de 40 pays vous présentent les nouveaux produits et équipements conçus pour les PME.

Expositions spéciales et Espaces animation:

- Protection de l'environnement – un défi pour les PME
- La Franchise – mode d'emploi
- Sécurité et prévention dans l'Artisanat
- Informatique et Télécommunication
- Artisanat et insertion des handicapés
- Exempla – Artisanat et Métropoles
- Bourse des Talents de l'Artisanat
- »Vivre avec le Verre« – Créations

Renseignements, catalogues, cartes d'entrée et voyages groupés:

PROMEPHOT SPRL
Hofstraat 94
9100 Sint-Niklaas
Tél.: (03) 777.83.20
Fax: (03) 777.95.97



L'Organisation des Foires
de l'Artisanat

Inflation moyenne en 1994 par rapport à 1993: 2.2%

Hausse des prix de décembre 1993 à décembre 1994: 2.0%

1. Résultats globaux

Au 1er décembre 1994, l'indice des prix à la consommation, établi par le STATEC, enregistre une augmentation de seulement 0.11%. Elle est sensiblement inférieure à la hausse mensuelle moyenne de l'année 1994, qui est de 0.17%.

L'indice se situe à 113.81 points au 1.12.1994 (- Base 100 en 1990). L'indice moyen de l'année 1994 atteint 112.61 points et est supérieur de 2.2% à celui de l'année précédente.

L'indice raccordé à la base 1.1.1948 pour l'application de l'échelle mobile des salaires, se chiffre à 559.19 points. La moyenne semestrielle est de 556.60 au 1.12.1994.

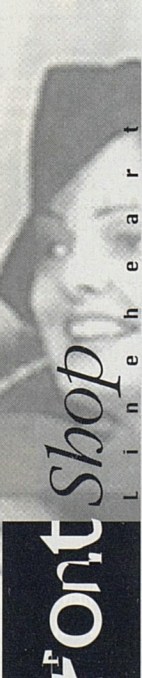
Comme la hausse relevée au 1.12.93 avait été quasiment identique à celle constatée en 1994, le taux d'inflation inter-annuel (mois courant par rapport au même mois de l'année précédente) n'évolue guère en passant de 2.00% au 1er novembre à 2.01% au 1er décembre.

2. Principales caractéristiques


a. Taux de variation des indices de groupe

	déc. 94/ déc. 93	déc. 94/ nov. 94
Produits alimentaires et boissons	+ 3.41%	+ 0.20%
Habillement et chaussures	+ 1.22%	+ 0.08%
Logement, chauffage, éclairage	+ 1.56%	+ 0.19%
Meubles, articles d'ameublement et équipement ménager	+ 1.26%	+ 0.15%
Services médicaux et dépenses de santé	+ 3.32%	+ 0.01%
Transports et communications	+ 2.15%	+ 0.10%
Loisirs, spectacles, enseignement et culture	+ 0.65%	- 0.13%
Autres biens et services	+ 1.65%	+ 0.08%

b. Principales incidences sur l'indice général par article (exprimées en points indiciaires - base 100 en 1990 - par rapport au mois précédent)



City Font Shop
64, rue R. Poincaré
L-2342 Luxembourg
Tél 44 68 44
Fax 44 72 44



PhotoDisc Starter Kit
- plus de 4000 images en 72 dpi sur 2 CDs
- une dizaine d'images en 300 dpi
- planches quadri de l'ensemble des photos
3.000.-

PhotoDisc
PHOTOS COULEURS DIGITALES 24-BIT À ULTRA-HAUTE
RÉSOLUTION SUR CD-ROM POUR MAC ET PC.
format TIFF à 72 dpi (pour visualisation à l'écran)
format JPEG à 300 dpi (pour séparations en quadri)
12 volumes sur toutes sortes de sujets
(volume illustré: Rétro Americana)

	en hausse
Café torréfié (pondération 6.8 %)	+ 0.03 p.
Loyer maison (pondération 16.7 %)	+ 0.03 p.
Loyer appartement (pondération 36.1 %)	+ 0.02 p.
Electricité (pondération 21.6 %)	en baisse - 0.02 p.

c. Quelques précisions

L'évolution de l'indice général au 1er décembre 1994 (+ 0.12 point) résulte pour plus de la moitié de hausses dans les groupes "Produits alimentaires et boissons" (+ 0.04 point) et "Logement, chauffage, éclairage" (+ 0.03 point). Les autres fonctions de consommation étaient marquées par une stabilité des prix encore plus prononcée, le groupe "Loisirs, spectacles, enseignement et culture" donnant même lieu à un recul (-0.01 point).

Les positions "Café torréfié", "Loyer maison" et "Loyer appartement", qui ont eu la plus forte influence sur l'indice général, ont connu des hausses respectives de 3.3%, 1.3% et 0.5%. Des renchérissements plus sensibles ont été constatés notamment pour le contrôle technique des automobiles (+ 21.0%) et le taxi (+ 5.9%). La baisse des tarifs "Electricité" a été de - 0.9%; d'autres baisses d'une certaine importance sont à signaler pour les micro-ordinateurs et jeux électroniques (- 4.3%) et les fruits de mer (- 2.8%).

Comme les mois précédents, les produits pétroliers ont constitué un facteur de stabilité, leurs prix n'évoluant en moyenne que de + 0.04% du 1er novembre au 1er décembre 1994, alors que les prix de l'ensemble des autres produits et services ont augmenté de + 0.11% pendant la même période.

**3. Comparaison internationale
(novembre 1994)**

Le taux mensuel d'inflation de l'Union Européenne a été de + 0.2% en novembre comme en octobre. Des taux dépassant la moyenne ont été enregistrés en Italie (+ 0.4%), au Danemark, en Grèce et au Luxembourg (+ 0.3%). Les Pays-Bas ont connu un taux négatif de - 0.3%, dans les autres pays, les taux se sont situés entre 0.0% et + 0.2%.

Comme les deux mois précédents, le taux d'inflation intra-annuel de l'UE s'est situé à + 3.0% en novembre. La France a continué à bénéficier du taux le plus avantageux (+ 1.6%), suivi de la Belgique et du Luxembourg (+ 2.0%). Les rangs suivants ont été occupés par le Danemark (+ 2.1%), l'Irlande (+ 2.4%), les Pays-Bas (+ 2.5%), le Royaume-Uni (+ 2.6%) et l'Allemagne (+ 2.7%).

Source: Statec

UN MOYEN DE PLUS POUR VOUS FAIRE

REMARQUER



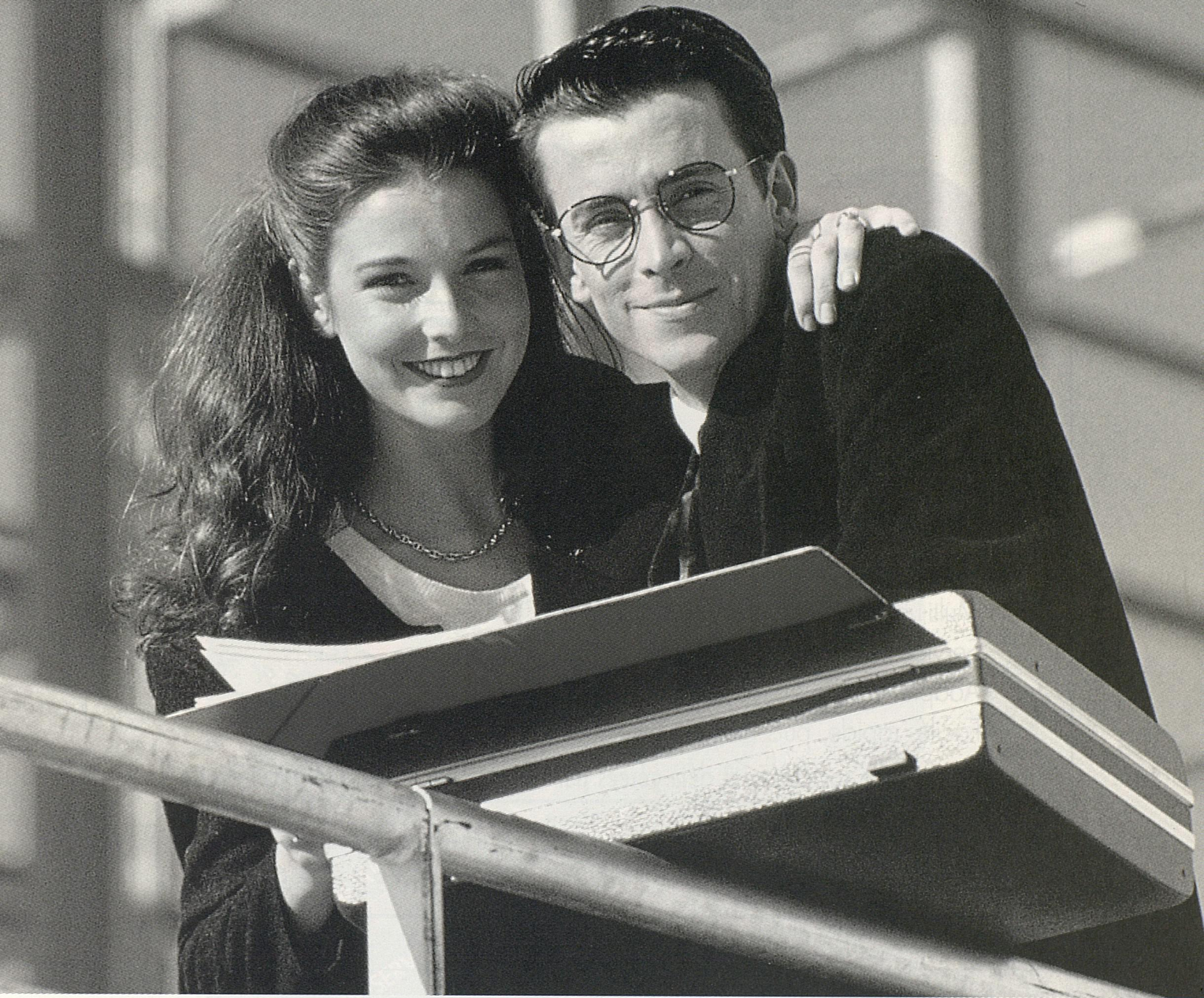
UN NOUVEAU
MAGASIN DESIGN?
OU PLUTÔT
RÉTRO? FORMAT
RÉALISE
L'AMÉNAGEMENT DE
VOTRE BOUTIQUE
OU SHOWROOM.
GRÂCE À DES
SYSTÈMES
D'ÉQUIPEMENT
ADAPTÉS À VOS
PRODUITS, FORMAT
VOUS GARANTIT
UNE RAPIDITÉ ET
UNE QUALITÉ
D'EXÉCUTION
HORS PAIR.

VOTRE SPÉCIALISTE EN STANDS, AMÉNAGEMENT DE MAGASINS
ET DÉCORATION POUR ÉVÉNEMENTS EN TOUS GENRES



FORMAT S.À.R.L. 126, RUE ALBERT UDEN L-2652 LUXEMBOURG
TÉL.: 352 . 46 36 84 FAX: 352 . 46 36 83

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

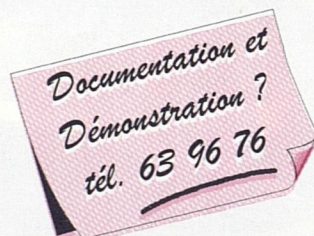
50, route d'Esch, L-1470 Luxembourg, Téléphone 45 88 50, Téléfax 45 81 03
Filiale du Crédit Européen S.A.

Donnez des ailes à votre gestion !



La comptabilité qui répond à tous vos besoins

- Versions pour fiduciaires, sociétés ou particuliers
- Multi-utilisateur, multi-société, multi-devise VRAI
- Service après-vente personnalisé et rapide
- Adapté aux législations européennes
- Facile, rapide, puissant, évolutif



Plus de mille sociétés sont déjà gérées par ComptaPlus ! Pourquoi pas la vôtre ?



data plus sàrl

17, rte d'Arlon L-7471 SAEUL
Tél.: 63 96 76 Fax 63 92 84

Protêts

Abonnement annuel

- LIVRE alphabétique (6 mois) des protêts de traites acceptées (2 livres)
- + index alphabétique et par date des ordonnances de référé-provision
- + listes de jugements + faillites
- + a) listes de protêts **mensuelles**
- b) listes des ordonnances de référé-provision **mensuelles**

Abonnements: Agence AVUS

Fax 46 65 50 = 24 heures
Tél. 22 68 22 = matin si possible

CHAMBRE DE COMMERCE SÉMINAIRES DE LA

Formation



Programme 1995 Séminaires

SÉMINAIRES DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

PROGRAMME 1995

Viser la qualité en refusant tout statisme telle est la politique menée depuis près de 50 ans par la Chambre de Commerce en matière de formation professionnelle continue.

Adapter, remettre en question et rester à l'écoute sont donc les leitmotifs qui résument ce credo d'efficacité qui, depuis les tout premiers séminaires en 1978, anime notre Centre de Formation dans son souci d'apporter au monde économique grand-ducal une offre de formation conforme à ses besoins.

Le programme de séminaires pour l'année 1995 se compose de quelque 50 manifestations qui, au-delà des besoins du commerce de détail et de gros, ainsi que du secteur HORECA, répondent également aux problèmes et attentes tant de l'industrie manufacturière que de l'industrie des services.

L'objet des séminaires de la Chambre de Commerce est de donner aux dirigeants et aux cadres des entreprises luxembourgeoises l'occasion de parfaire leurs connaissances professionnelles et de les adapter aux plus récents acquis de la gestion commerciale et financière ainsi que des ressources humaines.

Afin de garantir un rendement, ainsi que des conditions de travail optimales, le nombre des participants a été considérablement réduit par rapport aux années précédentes.

Pour bon nombre de séminaires, il est également prévu de prendre les repas du midi en commun, ensemble avec le ou les animateurs, ceci afin de permettre aux intéressés de mieux se connaître et d'échanger leurs idées en dehors du cadre essentiellement didactique des séminaires.

La présente publication reprend, de manière chronologique, le programme complet des séminaires et conférences prévus pour 1995. Pour plus de facilités, le lecteur y trouvera également un tableau synoptique qui reprend ces mêmes manifestations, mais de manière thématique.

Comme chaque année, le programme a préalablement été approuvé par le "Comité de promotion professionnelle pour le commerce et le secteur HORECA", présidé par Monsieur Francy Hippert, membre élu de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

SUJETS TRAITÉS

DIRECTION ET GESTION D'ENTREPRISE

• Droit du travail	26
• Le leadership motivant pour une participation efficace	29
• Quelles formations pour mes collaborateurs?	29
• Graphologie et entreprise	30
• Cycle de perfectionnement en management	32
• Häufige Fehler bei der Führung von Einzelhandelsbetrieben	36
• Mitarbeiterführung in der Praxis	44
• Le management de projets	53
• Mehr Umsatz mit weniger Kosten durch praxisorientierte Logistik	54
• Mitarbeiterführung und Betriebsorganisation mit Delegation von Verantwortung	57

RELATIONS SOCIALES ET PROFESSIONNELLES

• Mobbing	24
• Coaching - Entwicklungsorientiertes Führen	31
• Kommunikation als Führungsinstrument	45
• Mitarbeiter umfassend motivieren	46
• Anerkennung und Kritik - Motivation für Mitarbeiter	58
• Die Führung weiblicher Mitarbeiter	60
• Le management de l'incertitude	61
• Techniques de PNL appliquées au management humain	62

PUBLICITE - PROMOTION DE VENTE - ACHAT - VENTE

• La vente au détail	25
• Macht und Magie der Werbepsychologie	30
• Einkaufsseminar - mehr Geld verdienen beim Einkauf	33
• Überzeugen mit Herz und Verstand	34
• Kunden beschwerten sich - Reklamationen richtig behandeln	37
• Richtiges Verhandeln am Telefon	40
• Mit Kompetenz und Freundlichkeit besser verkaufen	47
• Verbraucherverhalten im Einzelhandel	44

GESTION FINANCIERE ET COMPTABLE

• Choix et contrôle de la rentabilité des investissements	27
• Deckungsbeitragsrechnung für den Controllerdienst im Hotel	38
• Business Game - Decision Base	46
• Mitarbeitermotivation durch Prämien und Erfolgsbeteiligungen	56

COMMERCE EXTERIEUR

• Europe: visite guidée: Business, politique, culture	24
• L'Office du Dueroire	34
• Le Crédit Documentaire	61

ENVIRONNEMENT - SECURITE

• Umweltmarketing	43
• La sécurité au travail	52
• Prévention et gestion des vols, actes de vandalisme, agressions et comportements marginaux	55

EFFICIENCE PERSONNELLE

• Das richtige Verhalten am Telefon	28
• L'accueil téléphonique	35
• Sicheres Auftreten	36
• Les arts au service du management	39
• La gestion du temps	42
• Die Qualifikation der Chefs von Morgen (7. + 8. Workshop)	42
• Telefon - Praxisseminar	48
• La négociation et la communication de haut niveau	49
• Lecture rapide et mémorisation	50
• Bilan personnel pour un second souffle	53
• Le langage des gestes	55
• Leistungssteigerung - Wie Sie Ihr Verhalten ändern können	59

MOBBING

In einem ständig wachsenden Änderungsprozeß, hervorgerufen u.a. durch die immer schnellere Einführung neuer Technologien und Produkte sowie immer stärker werdende Kundenanforderungen, sind Konkurrenz, Leistungsdruck, Streß und Gefahr der Arbeitslosigkeit unvermeidliche Folgen geworden.

Wenn Menschen unter diesen Bedingungen miteinander arbeiten müssen, kommt es leicht zu kleinen und größeren Reibereien, Aggressionen, Meinungsverschiedenheiten, Neid, Konflikten und Machtkämpfen.

Werden Schikanen und Intrigen zur Routine, so bringt das dramatische Folgen für alle Beteiligten - Mitarbeiter und Unternehmen - mit sich. Unter den häufigsten Konsequenzen finden wir schlechtes Betriebsklima, Leistungsrückgang, Spannungen, Krankheit, Abwesenheit, Qualitäts- und Produktivitätsminderung sowie Steigerung der sozialen Lasten.

- Programm:**
- Was ist Mobbing?
 - Wen kann Mobbing treffen?
 - Phasen des Mobbing-Prozesses
 - Verschiedene Mobbing-Strategien: Arten des Angriffs - von kleinen Sticheleien zum Mobbing
 - Verschiedene Ursachen
 - Die verschiedenen Darsteller: Täter - Opfer - Sympathisanten
 - Die Folgen des Mobbing
 - Konflikte rechtzeitig erkennen, bevor es zu Intrigen, Mobbing und Krieg im Büro kommt - verschiedene Bewältigungsstrategien
 - Was kann ich als Betroffener, was als Unternehmen tun?

Referent: Monique FOLLMANN-FOHL

Teilnehmerkreis: Inhaber und Führungskräfte, Personalleiter und Personalentwickler sowie betroffene Mitarbeiter von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben

Teilnahmegebühr: 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 1 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Mittwoch, den 1. Februar 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr



EUROPE: VISITE GUIDÉE

Business - Politique - Culture

- Objectifs:**
- Parcourir les traits culturels marquants (et leur impact sur la vie des affaires)
 - Comprendre les conséquences de l'Europe naissante
 - Découvrir comment l'Europe est perçue par les étrangers

- Méthode:**
- Parcours historique rapide (culture, traditions, clichés,)
 - Comparaison des préjugés des participants
 - Evaluation des attitudes en Europe face au Commerce, la Politique, les Etrangers,

- Programme:**
- Se débarrasser des clichés!
 - Reconnaître les images stéréotypées
 - Survol systématique des principales caractéristiques nationales
 - Ce que les Européens pensent d'eux-mêmes
 - L'Europe face au Monde
 - Sauvegarder les identités nationales et régionales en Europe
 - Aspects politiques et sociaux en Europe.
 - Comment les Européens perçoivent-ils leurs dirigeants ?
 - Diverses attitudes envers l'impôt, le service militaire, les forces de l'ordre, etc...
 - Signification réelle des frontières (+ tolérance des réfugiés/immigrés)
 - Comment les gouvernements européens perçoivent les Etats Unis, le Japon, etc...?
 - Le concept de l'Union Européenne

- Travailler au sein d'une entreprise multi-culturelle.
Traiter avec des entreprises multi-culturelles.
 - Diverses cultures travaillent ensemble
 - Leadership en Europe
 - Attitude vis-à-vis de l'argent
 - Attitude vis-à-vis du succès
 - Et la communication ?
- C'est ici que les Romains s'empoignèrent...
 - Négociation inter-culturelle
 - Fusions et acquisitions
 - Esprit d'équipe
 - L'avenir ?



- Conférenciers:**
- François d'ANETHAN: diplômé en criminologie à l'Université d'Oxford, maîtrise en gestion internationale à l'Université de Dallas, Texas.
 - Philippe GUILLAUME: licencié en droit, maîtrise en Sciences Politiques.
- Public:** toute personne confrontée aux problèmes des relations commerciales multiculturelles
- 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, Service de la Formation Continue
- Dates:** jeudi 2 et vendredi 3 février 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

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 répondent:

"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!
- Conférencier:** Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation
- Public:** Toute personne confrontée à la vente en magasin
- Droit d'inscription:** 4.000.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue
- Dates:** lundi 6 et mardi 7 février 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

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, Service de la Formation Continue
- Dates:** 7, 9, 14, 16, 21 et 23 février 1995, de 19.00 à 21.00 heures

CHOIX ET CONTROLE DE LA RENTABILITE DES INVESTISSEMENTS

Le calcul de la rentabilité d'un investissement se trouve souvent au centre d'un conflit d'intérêts entre les tenants d'une approche comptable et les modernistes plus sensibles à la trésorerie.

C'est le rôle d'une direction, de dépasser cette querelle en définissant un cadre pertinent d'analyse des projets. En effet, en période d'incertitude forte, l'entrepreneur a encore moins le droit de faire courir des risques mal mesurés à son entreprise. Au-delà du seul chiffrage de la rentabilité attendue du projet ou de l'investissement, pour la comparer au coût des moyens de financement, le responsable du projet a l'ardente obligation de se doter des moyens d'analyser l'impact des aléas externes et des dérives internes sur l'économie du projet, donc sa sensibilité.

Ce séminaire fournira les outils nécessaires et suffisants pour permettre aux décideurs d'un projet d'investissement de gérer ces outils de manière à être informé des possibilités de gains mais aussi des risques financiers associés.

- Programme:**
- Généralités
 - Notion d'investissement
 - Définitions
 - Rappel d'analyse financière
 - Ses dimensions
 - Stratégique
 - Financière
 - Typologie
 - Productif
 - Obligatoire
 - Stratégique
 - Pré-sélection
 - Détermination des données de base
 - Opérations de trésorerie liées au projet
 - Surplus monétaire
 - Valeur actuelle nette
 - délai de récupération
 - taux moyen de rentabilité
 - taux d'actualisation
 - taux intégré
 - taux de rentabilité interne
 - Les risques
 - Méthodes:
 - empiriques
 - des fourchettes de prévision
 - Approche probabiliste:
 - espérance mathématique
 - écart type
 - arbres de décision
 - Sélection définitive
 - Cohérence globale
 - Limitation des ressources
 - Contrôle
 - Du coût:
 - des montants des capitaux investis
 - des investissements
 - du fonds de roulement

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: 15.000.- LUF, (documentation, boissons et 3 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue.

Chaque participant recevra comme support de travail l'ouvrage "Choix des investissements" de Jacques Margerin et Gérard Ausset.

Dates: mercredi 8, jeudi 9 et vendredi 10 février 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

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, Kommunikationstrainer, 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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Donnerstag, den 16. und Freitag, den 17. Februar 1995, 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.

LE LEADERSHIP MOTIVANT POUR UNE PARTICIPATION EFFICACE

Améliorer les relations professionnelles et humaines entre dirigeants et collaborateurs

Les préoccupations des cadres ainsi que celles des responsables de services ou du personnel s'orientent depuis une vingtaine d'années vers le concept-clé de l'organisation qu'est la motivation.

Le rôle du leader dans la coordination, la délégation, la formation de son personnel est le fondement de la performance de l'entreprise.

Programme:

- Commandement - leadership
- Organisation et structures
- Les études sur le leadership selon K. LEWIN - R. BLAKE et J. MOUTON - D. CHALVIN
- Le leadership adaptatif - le leader dans son rôle d'éducateur
- Le travailleur et la satisfaction des besoins au travail
- Leadership et organisation des entreprises
- L'entretien d'appréciation et d'évaluation, facteur de motivation au travail

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

Public: Chefs d'entreprise, chefs du personnel et agents de maîtrise 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,
Service de la Formation Continue

Dates: lundi 20 et mardi 21 février 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

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: 7.500.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus),
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce,
Service de la Formation Continue

Dates: jeudi 23 et vendredi 24 février 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

GRAPHOLOGIE ET ENTREPRISE

La graphologie, bien que mal connue, constitue pour bon nombre d'entreprises un précieux outil d'aide à la décision.

Selon ses détracteurs, la graphologie n'est pas fiable, ce qui subordonne implicitement ceux qui l'utilisent: les ministères, les multinationales, certains organismes scientifiques ...

Les techniques d'interprétation graphologique utilisent les mêmes systèmes de référence que le management, le marketing, les études de comportement, la sociologie.

Utilisée comme aide à la décision, avec la prudence qui s'impose, la graphologie s'avère être un outil étonnant d'efficacité: connaître nos interlocuteurs en profondeur peut nous permettre de mieux convaincre, mieux vendre, mieux gérer un conflit, mieux communiquer.

Apprendre à décoder les écritures constitue le plus souvent une véritable leçon d'humanisme.

Programme:

- La graphologie: environnement, applications, limites.
- Eléments de psychologie nécessaires: hiérarchie des besoins, espace orienté, sphère corporelle personnelle.
- Méthode graphologique: pression - vitesse - direction - ordonnance - continuité - dimension - forme de liaison. Le symbolisme. Méthodologie d'interprétation.
- Le tableau graphologique d'orientation. Activité - organisation - relationnel - aptitudes - évolution.
- La signature: moi intime - moi social. Stratégies, comportements sociaux, systèmes de défense.
- La graphologie dans l'entreprise: recrutement - profil de poste - orientation professionnelle.



Conférencier:

Italo PRIMUS, Consultant et formateur en gestion des ressources humaines

Public:

Chefs d'entreprise, cadres, décideurs, commerciaux, responsables des ressources humaines des secteurs de l'industrie, du commerce et des services

Droit d'inscription:

7.500.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue

Dates:

lundi 6 et mardi 7 mars 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

MACHT UND MAGIE DER WERBE-PSYCHOLOGIE

Warum kaufen Menschen Dinge die sie nicht brauchen, für Geld das sie nicht besitzen?

Dieser Workshop öffnet Ihnen die Augen für die geheimen Verführungskünste der Werbung. Erleben Sie Beispiele unwiderstehlicher Welt-Marken. Staunen Sie über Fallstudien von kleinsten Unternehmen, die auch ohne großen Werbeetat überdurchschnittliche Erfolge erzielen.

.... und optimieren Sie Ihre eigene Werbung nach den vorgestellten psychologischen Grundgesetzen.

Programm:

1. Tag: Theoretische Grundlagen
 - Grundlagen der Werbepsychologie
 - Wie funktioniert der Kaufentscheidungsprozeß
 - Kaufmotive und Handlungsauslöser
 - Das Spiel mit Bedürfnissen, Trieben und Emotionen
 - Möglichkeiten und Grenzen der Manipulation
 - Image und Attraktivitätssteigerung
 - Kommunikationswege und Werbewirkung
 - Wege der Einflußnahme auf die Meinungsbildung



- Ursachen der Kunden-Loyalität
- Effekte beim Zusammenwirken von öffentlichen Medien
- Werbung
- Verkaufsförderung
- Persönlichem Umfeld
- Die 7 entscheidenden Verführungskünste
- Die 10 entscheidenden Kaufauslöser
- Psychologie der Gestaltung
- Psychologische Optimierung von Werbetexten
- Psychologische Zielgruppen

2. Tag: Psychologische Optimierung Ihrer Werbung

- Referent:** Klaus RESKE, Unternehmensberater, Hameln
- Teilnehmerkreis:** Unternehmer, Mitarbeiter aus PR, Werbung und Verkaufsförderung aller Branchen, die konzipieren, gestalten und texten, bzw. Werbung beurteilen müssen
- Teilnahmegebühr:** 7.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
- Datum:** Donnerstag, den 9. und Freitag, den 10. März 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

ENTWICKLUNGSORIENTIERTES FÜHREN

Die Führungskraft als Mitarbeiter-Coach

Der menschlich-soziale Bereich und damit persönliche und zwischenmenschliche Führungskompetenzen werden in Zukunft noch deutlicher in den Mittelpunkt von Führungsarbeit rücken. Führungskräfte werden vermehrt zu Experten in Fragen zwischenmenschlicher Beziehungen und der Veränderung von Organisationen durch gezielte Einflußnahme auf die Mitarbeiter werden. In diesem Sinne muß die Führungskraft ihre Rolle als Unterstützer und Förderer von Mitarbeitern wahrnehmen, Entwicklungspotentiale der Mitarbeiter rechtzeitig erkennen und aufbauen.

Ziel dieses Seminars ist es die Diagnose - und Handlungskompetenz der Seminarteilnehmerinnen in Richtung beratende Gesprächsführung zu erweitern, damit sie letztlich ihre Mitarbeiterinnen in ihrer Problemlage besser verstehen und differenzierter wahrnehmen lernen sowie für die Beratungssituation ein kompetentes Handwerkszeug zur Verfügung haben.

- Programm:**
- Menschenbilder und Selbstkonzept (Ansatzpunkte für die beratende Arbeit)
 - Die Führungskraft in Selbst- und Fremdbild
 - Mein Führungsstil - mein Führungsverhalten
 - Die Führungskraft in Beziehung zu den Mitarbeiterinnen
 - Interne Beratung (Coaching) von Mitarbeitern als Führungsaufgabe:
 - Was ist, kann und soll interne Beratung (Coaching)
 - Das Beratungsgespräch als 6-Phasen-Modell
 1. Eröffnung
 2. Darstellung & Orientierung
 3. Betrachtung & Erweiterung
 4. Differenzierung & Bewertung
 5. Entscheidung
 6. Abschluß

- 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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
- Datum:** Montag, den 13. und Dienstag, den 14. März 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

CYCLE DE PERFECTIONNEMENT AU MANAGEMENT

mercredi, 15 mars 1995 de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

Module 1: COMMUNICATION

- Schéma de la communication
- Règles de la communication
- Les personnalités dans l'échange
- La communication par le processus

mercredi, 22 mars 1995 de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

Module 2: EXPRESSION ORALE ET ECRITE

- La prise de parole en public
- L'assertivité
- La synthèse écrite

mercredi, 5 avril 1995 de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

Module 3: CONDUITE DE REUNION

- Dynamique des petits groupes
- Maîtriser et faciliter l'expression
- La réunion d'expression, moteur de la motivation

mercredi, 26 avril 1995 de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

Module 4: CONSTITUTION ET GESTION MOTIVANTE D'UNE EQUIPE

- Savoir présélectionner ses collaborateurs
- Teambuilding
- Les typologies des managers et la conduite du personnel

mercredi, 3 mai 1995 de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

Module 5: NEGOCIATION ET RESOLUTION DE CONFLITS

- Savoir négocier et respecter les positions de chacun
- Les dysfonctionnements de la communication
- Savoir gérer les tensions inter-individuelles
- Anticiper les malentendus et en prévenir les conséquences

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

Public: Cadres et chefs d'entreprise des secteurs de l'industrie, du commerce et des services, pour lesquels l'exercice des responsabilités recommande un développement des compétences managériales

Droit d'inscription: 15.000.- LUF, (documentation comprise);
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce,
Service de la Formation Continue

Sie investieren in Ihrem Unternehmen

- Wir helfen bei der Aufstellung Ihres Finanzierungsplanes.
- Wir beraten Sie über die staatlichen Investitionshilfen.
- Unter gewissen Voraussetzungen übernehmen wir eine Bürgschaft und erleichtern somit die Aufnahme eines Darlehens bei einem Finanzinstitut.

Mutualité de Cautionnement et d'Aide aux Commerçants s.c.

L-2981 LUXEMBOURG – Tél.: 43 58 53 – Fax: 43 83 26

MEHR GELD VERDIENEN, BEI WENIGER KOSTEN IM EINKAUF

Spezialtraining für den zukunftsicheren 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 Nutzenbietern 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 Sortimentbereiche, 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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Montag, den 20. und Dienstag, den 21. März 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

ÜBERZEUGEN MIT HERZ UND VERSTAND

Kommunikationstraining

Als Verkäuferin bzw. als Verkäufer oder als Führungskraft müssen Sie andere (Kunden oder Mitarbeiter) ständig in Ihrem Sinn beeinflussen. Der Erfolg dieser Überzeugungsarbeit hängt im wesentlichen von der Fähigkeit ab, die jeweiligen Gesprächspartner inhaltlich richtig zu treffen und sie über die Beziehungsebene für sich gewinnen zu können.

In diesem Seminar trainieren Sie auf der Grundlage motivations- und kommunikationspsychologischer Erkenntnisse, Verkaufs- oder Führungsgespräche wirkungsvoller zu führen:

Programm:

- Sie erweitern Ihre Menschenkenntnisse,
 - Grundstrukturen der Motivationspsychologie und der Transaktions-Analyse
- Lernen bewußter zuzuhören und zu fragen;
 - Frageformen und deren Wirkungen, Moderatorentechniken
- Sie erkennen, wie Sie auch in kritischen Gesprächen den Zugang zu Ihrem Gesprächspartner erhalten;
 - Einstellungen zu Macht und Kooperation, Anwendung individualpsychologischer Erkenntnisse
- Sie können inhaltlich überzeugender und gezielter auf Menschen eingehen
 - Anwendung der Motivationspsychologie in praxisnahen Simulationen:



Referent:

Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth bei Köln

Teilnehmerkreis:

Führungskräfte, Verkaufsleiter, Fachberater und Verkäufer(innen) von Handelsbetrieben

Teilnahmegebühr:

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

Datum:

Montag, den 27. und Dienstag, den 28. März 1995
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.

Conférenciers:

M. Yves GONNER, attaché économique et M. Jean TOUSSAINT, attaché commercial

Public:

tous publics

Droit d'inscription:

500.- LUF, à verser avant le début du séminaire
au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue

Dates:

mercredi, 29 mars 1995, de 18.30 à 21.00 heures

L'ACCUEIL TELEPHONIQUE

A l'heure où les produits ainsi que leurs prix tendent de plus en plus à se rapprocher, l'accueil téléphonique constitue une carte de visite qui doit obligatoirement laisser la meilleure impression possible au client. C'est en grande partie la qualité de l'accueil téléphonique qui vous différencie, vous distingue. Il est donc primordial de le soigner.

Tout en étant dévouées, il est néanmoins parfois difficile pour les personnes concernées de déjouer les pièges du téléphone, de rester concentrées et donc de garder le comportement adéquat. Le téléphone est un outil de travail formidable car il permet de gagner beaucoup de temps s'il est utilisé efficacement. Dans le cas contraire, il peut devenir dangereux.

Programme:

- Accueil du client.

Au moment de décrocher le téléphone, votre interlocuteur doit être la personne la plus importante. Corrélation entre l'attitude physique et mentale.

- Guider son interlocuteur.

A qui désire parler votre interlocuteur? Importance de l'écoute pour le guider efficacement vers la personne qui pourra l'aider et répondre à ses attentes.

- Il n'est pas là.

Il est en ligne. Comment prendre un message ou faire patienter votre interlocuteur.

Cette étape est importante car elle risque de mettre de mauvaise humeur votre interlocuteur ou de vous faire perdre un prospect.

Par ailleurs, un message complet vous permettra de connaître celui qui vous a appelé et ainsi mieux préparer votre entretien lorsque vous le recontacterez.

- Prendre et passer une commande par téléphone.

Comment et quelles questions poser afin de s'assurer qu'on a toutes les informations nécessaires pour exécuter la commande. Importance de l'écoute et de la reformulation qui évite tout malentendu.

- Prendre rendez-vous par téléphone.

Un entretien téléphonique ne s'improvise pas surtout lorsqu'il s'agit de prendre un rendez-vous. Importance de la préparation et de la reformulation.

- Saisissez les objections, les réclamations et retournez-les en arguments !

Il est possible de tourner les objections à son avantage. Comment les accueillir, les traiter et y donner une suite tout en fidélisant le client.

- Techniques de conclusion.

Comment clore un appel téléphonique tout en respectant le client?

Conférencier: 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: 4.500.- LUF, (documentation et rafraîchissements compris),
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce,
Service de la Formation Continue

Date: mercredi, 29 mars 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

SICHERES AUFTRETEN

Ein Training für Manager

Dieses 2-Tage-Seminar richtet sich an alle Personen, die für den beruflichen oder privaten Bereich Vorträge, Reden und sicheres Auftreten trainieren wollen.

Der erste Teil umfaßt folgende theoretische Grundlagen: Aspekte des sicheren Auftretens (z.B. Mimik, Augenkontakt, Kleidung), Kommunikationsgrundlagen, Vortragsentwicklung und Präsentationsaufbau, Grundsätze des Medieneinsatzes und der Foliengestaltung, Umgang mit schwierigen Gesprächstaktiken und schwierigen Teilnehmern sowie Strategien zur Beeinflussung menschlichen Verhaltens.

Die Vermittlung dieser Grundlagen erfolgt anhand von Videobeispielen.

Im 2. Teil haben die Teilnehmer die Möglichkeit die erworbenen Kenntnisse durch eigene Vorträge bzw. Reden praktisch umzusetzen. Hierbei wird das Teilnehmerverhalten mittels Videoaufnahmen festgehalten. Anschließend erfolgt die Analyse durch die Gruppe und den Trainer.

- Programm:**
- Kommunikationsgrundlagen
 - Aspekte des sicheren Auftretens (Mimik, Gestik, Zuhörerorientierung, Haltung usw.)
 - Umgang mit schwierigen Gesprächstaktiken und schwierigen Teilnehmern
 - Strategien zur Beeinflussung von Verhalten
 - Vortragsentwicklung und Präsentationsaufbau
 - Grundsätze und Beispiele der Medienplanung, Grafikgestaltung und Foliengestaltung

Referent: Guido HUNKE, Kommunikationstrainer

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer 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, Fortbildungsabteilung zu überweisen

Datum: Donnerstag, den 30. und Freitag, den 31. März 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 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 Hauptproblembereichen 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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Montag, den 3. April 1995 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, Kommunikationstrainer, 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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Donnerstag, den 6. und Freitag, den 7. April 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

DECKUNGSBEITRAGSRECHNUNG FÜR DEN CONTROLLERDIENST IM HOTEL

Auch im Hotel- und Gaststättengewerbe liefert die Deckungsbeitragsrechnung wichtige Informationen für die Liquiditätssteuerung und Existenzsicherung. Die Probleme eines Hotelbetriebes entstehen durch die hohen Bereitschaftskosten und eine ständige Kundenpräsenz. Kapazitäten und Dienstbereitschaft orientieren sich an der geplanten Spitzenbelastung. Unterbelegungen lassen Kosten nicht genutzter Kapazitäten entstehen, die sich durch Informationen des traditionellen Rechnungswesens nicht steuern lassen.

Dienstleistungsunternehmen wie Hotels benötigen zur Liquiditätssicherung ab einer bestimmten Unternehmensgröße ein leistungsfähiges, mit der Finanzbuchhaltung koordiniert arbeitendes, EDV-gestütztes Informations- und Steuerungsinstrument für die Ermittlung und Beseitigung von Erfolgs- und Wachstumsengpässen. Das Hotelmanagement muß seine Zieldeckungsgrade für die einzelnen Erfolgsträger (Logisbereich, Restaurationsbereich, Konferenzbereich) kennen, so daß auch bei starkem Wettbewerbsdruck (z.B. Gruppenbuchungen) eine Gewinnsteuerung möglich ist.

Auch im Hotel- und Gaststättengewerbe setzt sich die Erkenntnis durch, daß die Ergänzung der Finanzbuchhaltung und Vollkostenrechnung durch eine maßgeschneiderte Deckungsbeitragsrechnung Navigationswerte als Bandbreiteninformationen für die Voll-, Unterbeschäftigung und Krise liefern kann. Das darauf aufbauende Controllingkonzept ermöglicht eine erfolgreiche Unternehmens- und Gewinnsteuerung. Der Controllerdienst (im Mittelstand in Personalunion mit dem Leiter Finanz- und Rechnungswesen) liefert den Führungsebenen rational fundierte Entscheidungshilfen.

Programm:

1. Tag

- Controlling als Denk- und Steuerungsinstrument

- Controllingkonzept für eine erfolgreiche Unternehmenssteuerung
- Controllerfunktion als Controllerdienst
- Vollkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Operativer Werkzeugkasten
- Strategischer Werkzeugkasten
- Mindestbausteine für ein Controllingkonzept
- Zusammenfassende Darstellung und Ausblick

Referent: Elmar MAYER, Dr.rer.pol.

- Moderationstechnik als Controlling-Werkzeug

- Organisation und Dramaturgie einer Moderationsveranstaltung
- Einsatzgebiete der Moderationstechnik im Controllerdienst
- Modellhafte Durchführung eines moderierten Workshops unter der Fragestellung:
"Stärken- und Schwächenanalyse im Hotel"

Referent: Klaus PALME, Dr.tech.

2. Tag

- Erfolgs- und Gewinnsteuerung im Hotel mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung (Erfahrungsbericht)

- Investitionsrechnung auf Kennzahlenbasis
- Finanzierungsrechnung bei 40% Eigenkapitalanteil
- Kostenartenfächerung für die Definition der Leistungs- und Bereitschaftskosten
- Grund- und Profitcenterrechnung mit Plan-Ist-Vergleichen
- Umsatz- und Kostenplanung für Kostenstellen und Erfolgsträger
- Deckungsbeitragstiefenanalysen für den Controllerdienst
 - Erfolgsrechnung Erfolgsplanung
 - Erfolgskontrolle Erfolgsanalyse
 - Erfolgssteuerung Erfolgsmotivation
- Zusammenfassende Darstellung und Ausblick

Referent: Hardy R. VOGES, Diplom-Betriebswirt

- Präsentation eines edv-gestützten Informations- und Berichtswesens im Hotel (Erfahrungsberichte)

Referent: Dirk HEMPEN, Diplom-Betriebswirt, Eugen SCHNELL, Steuerberater



- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer sowie andere qualifizierte Mitarbeiter aus dem Hotelgewerbe
- Teilnahmegebühr:** 8.800.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
- Datum:** Montag, den 24. und Dienstag, den 25 April 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

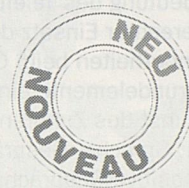
LES ARTS AU SERVICE DU MANAGEMENT

Le management a ses règles propres. Certaines de celles-ci résistent à la mode comme certaines règles musicales résistent à la critique et certains tableaux à l'évolution des goûts esthétiques.

Existerait-il des causes similaires qui, dans des matières si différentes, puissent assurer contre l'usure du temps? ... Nous sommes tentés d'y croire.

- Objectifs:**
- enrichir ses concepts de management
 - faire du management un art et un plaisir
 - étendre ses connaissances artistiques

- Programme:**
- Management et musique
 - les notes qui ont frappé l'histoire
 - de l'influence réciproque de la musique et de l'histoire
 - la période baroque et ses répercussions
 - compositeurs et interprètes ...quelques histoires vraies
 - accords, rythmes et dialogues entre instruments ... clés pour un management efficace
 - Management et peinture
 - les peintres les plus cotés
 - l'histoire à bout de pinceau
 - les peintres ...quelques événements anecdotiques
 - équilibre, harmonie des couleurs, mélanges de matières...règles pour un management efficace
 - La beauté...référence d'un management de qualité



- Conférencier:** Eric MONNOYER, licencié en sciences économiques appliquées
- Public:** Dirigeants et cadres d'entreprises du secteur 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, Service de la Formation Continue
- Dates:** jeudi 27 et vendredi 28 avril 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

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
Télex: 60 174 chcom lu

ERFOLGREICHE GESPRÄCHS- UND VERHANDLUNGSFÜHRUNG AM TELEFON (TELEFONVERKAUF)

Eine Verkaufshilfe, die viel zu wenig benutzt wird - auch bei Ihnen? -

Jeder telefoniert, ob nur immer richtig und erfolgreich, das ist die Frage.

Erfolgreiche Gespräche am Telefon zu führen, ist eine Kunst, die gelernt sein will, nur wer hat es wirklich gelernt? Hier will dieses praxisorientierte Seminar helfen, Ihre persönliche Vorstellungen über erfolgreiches Telefonieren besser umzusetzen.

Die Teilnehmer sollen im Anschluß an das Seminar in der Lage sein, Telefongespräche systematisch aufzubauen und ziel- sowie kostenorientiert zu führen. Während des Seminars wird in Theorie und Praxis (Rollenspiele) das richtige Agieren und Verhalten am Telefon geübt.

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

Programm:

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

Referent: Gerd REHBOCK, Kommunikationstrainer, Hamburg

Teilnehmerkreis: Inhaber, Außendienstmitarbeiter, Verkaufssachbearbeiter von Großhandelsbetrieben, die durch gezielten Telefoneinsatz ihre Verkaufsleistung steigern wollen

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

Datum: Montag, den 8. und Dienstag, den 9. Mai 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

Mit BHW DISPO 2000
Bausparvorteile sichern!

BHW^{)}
ist jetzt
für alle
da.*

*) BHW Bausparkasse AG ... für den luxemburgischen öffentlichen Dienst.
BHW Allgemeine Bausparkasse AG ... für Employés Privés, Freiberufler und Selbständige

BHW

Niederlassung Luxemburg

5, rue Pierre d'Aspelt L-1142 Luxembourg
Telefon 44 88 44-1 Telefax 44 88 44 34



SPUERKEESS



Confédération Générale
de la Fonction Publique

*Die SPUERKEESS und die CGFP sind die
BHW-Bausparpartner im Großherzogtum Luxemburg*

Coupon bitte ausfüllen und einsenden an:
BHW – 5, rue Pierre d'Aspelt, L-1142 Luxembourg

Ich möchte Informationen über ...

- 1 den „BHW-Vorsorgebausparvertrag“
im DISPO 2000
- 2 die „Sofortfinanzierung“ eines BHW-
DISPO 2000 Bausparvertrages
- 3 die „Steuervorteile“ durch Bausparen
- 4 Ich möchte sofort einen Termin für ein
persönliches Beratungsgespräch

Name: _____ Vorname: _____

Straße/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Geburtsdatum: _____ Telefonnummer: _____

Beschäftigt bei: _____

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: 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, Service de la Formation Continue

Date: mercredi, 10 mai 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

DIE QUALIFIKATION DER CHEFS VON MORGEN

Die Führung der eigenen Person

Gute Ideen haben es in sich. Sie vervielfältigen sich und breiten sich aus wie die Wellen, die ein Steinwurf ins Wasser verursacht. So ist es auch mit der Juniorengruppe der Handelskammer. Diese Gruppe trifft sich schon seit einiger Zeit und diskutiert in ganz offener Runde die Fragen, die sich für Chefs von Morgen stellen.

Da geht es um die ganz schwierigen Herausforderungen unserer Zeit, die von Junioren nicht ganz einfach zu bewältigen sein werden. Erst Bewußtsein schafft Möglichkeiten der Veränderung.

Wesentlich ist natürlich auch die Auseinandersetzung um die Weiterentwicklung von Unternehmen. Dabei geht es um Visionen, Strategien, um Konzepte und Instrumente. Erst wenn wir verstehen, daß Unternehmen produktive soziale Systeme sind, dann werden wir Kommunikation und Führung auch den richtigen Stellenwert zukommen lassen.

Und schließlich geht es uns vor allem auch um Fragen der Führung der eigenen Person. Es geht um soziale Kompetenz die Wirkung der eigenen Person auf Andere und das Bewußtsein der eigenen Möglichkeiten und auch Grenzen.

Workshopleiter: Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für ganzheitliche Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erftstadt/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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum:

- 7. Workshop: Mittwoch, den 10. Mai 1995 (ab 17.00 Uhr) bis Freitag, den 12. Mai 1995 (17.00 Uhr)
- 8. Workshop: Mittwoch, den 22. November 1995 (ab 17.00 Uhr) bis Freitag den 24. November 1995 (17.00 Uhr)

UMWELTORIENTIERTES MARKETING UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER VERPACKUNGSPROBLEMATIK IN DER EUROPÄISCHEN UNION

Vor dem Hintergrund der europaweiten Umweltproblematik haben Sammlung, Entsorgung, Wiederverwertung und Wiederverwendung von Verpackungen aller Art eine immer größer werdende Bedeutung.

Hersteller, Handel und Konsumenten werden zunehmend mit mannigfaltigen Verpackungsproblemen akut konfrontiert.

Obwohl nicht jeder EU-Mitgliedstaat die gleiche Sensibilität bezüglich der Umweltthematik zeigt, nimmt der Einfluß mancher nationaler umweltorientierter Maßnahmen auf die EU zu. Nicht zu unterschätzen ist außerdem die Bedeutung der Verbraucher, die mittels ihrer Konsumentenverbände einen bedeutenden Druck auf die Entscheidungsträger der Umweltpolitik ausüben.

Der Unternehmer braucht eine umweltorientierte Marktstrategie um gesetzbedingte Risiken zu minimieren und das veränderte Umweltbewußtsein der Konsumenten als zusätzliche Marktchancen zu nutzen.

Auch die Luxemburger Hersteller und der Handel sollten, ähnlich wie ihre Kollegen in einigen EU-Staaten, potentielle Entwicklungstendenzen im Marktbereich schnell erkennen und ein adäquates Marketingkonzept entwickeln. Dieses Ziel kann leichter erreicht werden, wenn Unternehmer ein neues umweltorientiertes Maßnahmen-Instrumentarium besitzen.

Dieser Workshop soll den Transfer dieser aktuellen Entwicklungstendenzen auf das eigene Unternehmen umsetzen. Es werden bewährte Lehrmethoden, wie Vortrag, Diskussion, Einzel- und Gruppenarbeit eingesetzt.

- Programm:**
- Umweltorientiertes Marketing
 - Ziele und Aufgaben des umweltorientierten Marketing
 - Die Bedeutung der Verpackung als Marketinginstrument, die Verpackungsfunktionen: vom Warenschutz zum Umweltschutz
 - Umweltorientierte Verpackung aus der Sicht der Verbraucher
 - Umweltorientierte Verpackung aus der Sicht des Gesetzgebers
 - Umweltorientierte Verpackung aus der Sicht des Handels
 - Auswirkungen auf die Verpackungspolitik in der Konsumgüterindustrie
 - Verpackungsoptimierung in den Unternehmen
 - Vermarktung von Produkten mit umweltorientierten Verpackungen
 - Erfolge mit verpackungsoptimierten Produkten

Referent: Prof.Dipl.-Ing. Nello GASPARDO Tübingen

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Produktions- und Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von Produktions- und Handelsbetrieben

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

Datum: Montag, den 15. und Dienstag, den 16. Mai 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr



TRENDS IM VERBRAUCHERVERHALTEN UND IHRE UMSETZUNG IN EINEM ZUKUNFTSORIENTIERTEN MARKETINGKONZEPT

Ein Einzelhandelsgeschäft kann nur dann im Wettbewerb erfolgreich sein, wenn es in Übereinstimmung mit den Wünschen der Verbraucher geführt wird. Welche absehbaren Trends die Verbrauchervünsche in der näheren Zukunft beeinflussen und wie sie auf die jeweilige Zielgruppe des Geschäftes bezogen im Waren- und Dienstleistungsangebot, in der Werbung, in der Personalpolitik und bei der Ladengestaltung berücksichtigt werden, ist Schwerpunkt des Seminars.

- Programm:**
- Schlüsseltrends im Verbraucherverhalten und ihre Auswirkung auf Umsatz und Ertrag im EH
 - Wettbewerbsstrategien zur Unterscheidung von den Mitbewerbern
 - Erfolgreiche Marketinginstrumente zur Profilierung des Fachgeschäftes
 - Der Kunde als besonderer Marketingfaktor
(Wie man Kunden gewinnt und dauerhaft an das Geschäft bindet!)
 - Die Marketingkonzeption als Richtschnur erfolgreicher Absatzpolitik des Fachgeschäftes

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

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

Teilnahmegebühr: 3.500.- LUF, vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Montag, den 29. Mai 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr



MITARBEITERFÜHRUNG IN DER PRAXIS

Wege zu Arbeitsfreude und Leistung

Mitarbeiterführung wird heute zum entscheidenden Indikator für Unternehmenserfolg. Mehr und mehr Unternehmen beweisen, welche Entwicklungen bei ihnen durch konsequente Mitarbeiterführung möglich wurden. Sie haben die Idee der "Human-Resources" ins praktische Tun umgesetzt.

Sicherlich, eine Kehrtwendung in der Mitarbeiterführung alleine, macht noch keinen Erfolg. Aber ein konsequentes Nutzen der Möglichkeiten kooperativer Führung erschließt ganz neue ungeahnte Potenziale. Sind erst mal Widerstände abgebaut und die kooperativen Verhaltensweisen des Chefs und der Vorgesetzten erweisen sich als andauernd, dann sind neue Wege des Miteinander offen. Da lassen sich Probleme ganz anders angehen, dann werden Konflikte ganz anders bewältigt. Dann wird gemeinsam an Zukunft gearbeitet und nicht heimlich gegeneinander.

- Programm:**
- Wenn es zunächst um die praktischen Ziele der Mitarbeiterführung geht
 - An seinen unbewußten Führungsmustern als Chef und Vorgesetzter arbeiten
 - Die Mitarbeiter an die Ideen kooperativer Führung heranbringen
 - Die eigene Organisation bedenken und Stellenbeschreibungen bedenken
 - Die neuen Spielregeln für Chefs lernen
 - "Mitarbeiter loben", ein exzellentes Führungsmittel
 - Mit Kritik konstruktiv umgehen
 - Das neue Menschenbild der heutigen Zeit verinnerlichen
 - Konkrete Erfolgsschritte anlegen und systematisch ausbauen



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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
Datum:	Donnerstag, den 1. und Freitag, den 2. Juni 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

KOMMUNIKATION ALS FÜHRUNGSMITTEL

Mitarbeitergespräche besser führen

Führungskräfte stehen in ihrem Unternehmen vor der Aufgabe, ein kommunikations- und leistungsförderndes Klima zu schaffen. Dies erfordert ein hohes Maß an Sensibilität für alle Vorgänge im Unternehmen. Ein ausgewogenes Betriebsklima aber entsteht nicht von selbst, sondern ist das Ergebnis günstiger Gespräche und Motivationen zwischen Führung und Mitarbeitern. Mitarbeiter motivieren zu können und mit ihnen das Gespräch zu erhalten, ist bei all den möglichen Problemen (wie z.B. Zeitmangel, Desinteresse, Unwissenheit, Beziehungslosigkeit, u.v.m.) nicht nur eine Frage der Intuition, sondern vielmehr eine Frage des bewußten Umgangs mit anderen und mit sich selbst, sowie der Übung und der Erfahrung.

Die Teilnehmer(innen) dieses Seminars sollen erfahren, wie sie auf ihre Mitarbeiter(innen) und Kolleg(innen) im Gespräch wirken, dazu sollen sie ihren Führungs- und Kommunikationsstil kennenlernen, ihre verbalen und nicht verbalen Signale einschätzen lernen sowie Grundprinzipien der Verständlichkeit und Zuhörerorientierung anhand von konkreten Mitarbeitergesprächsmodellen einüben.

Programm:	<ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeiterführung: Führungsstil und Auswirkung - Aufbau eines stimmigen Kontaktfeldes: <ul style="list-style-type: none"> • Wie gehe ich ein Gespräch an? • Wie wirke ich auf andere? - Aufbau eines vielseitigen Informationsfeldes: <ul style="list-style-type: none"> • Wie komme ich zu den Informationen, die wir brauchen? - Aufbau eines konfliktfähigen Argumentationsfeldes: <ul style="list-style-type: none"> • Wie überzeuge ich mein Gegenüber? - Aufbau eines abschlußfähigen Konsensfeldes: <ul style="list-style-type: none"> • Wie schließe ich Gespräche ab?
	<p>Praktische Mitarbeitergesprächsmodelle:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielvereinbarungsgespräch <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Management by Objectives • Zielfelder, Zielarten, Zielformulierung, Zielklärung - Kritik- und Motivationsgespräch <ul style="list-style-type: none"> • Aspekte des Konfliktmanagements: Konfliktarten, Konfliktmodelle, Konfliktabläufe, Konfliktlösungsansätze, Konfliktfähigkeit - Problemlösungsgespräch <ul style="list-style-type: none"> • Probleme analysieren und bearbeiten
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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
Datum:	Donnerstag, den 15. und Freitag, den 16. Juni 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

DECISION BASE

Gestion et finance pour cadres non-financiers "Et si les cadres voyaient les conséquences financières de leurs décisions?"

Le séminaire Decision Base s'adresse à vous si vous désirez:

- acquérir une vision globale de l'entreprise
- comprendre un bilan et les ratios
- maîtriser la logique financière
- gérer les facteurs-clés de la rentabilité

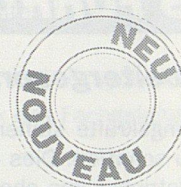
Aucune formation financière préalable n'est requise pour pouvoir suivre Decision Base!

Comment?

Vous travaillez dans une équipe de trois ou quatre managers. Ensemble, vous constituez le comité de direction d'une entreprise. Quatre équipes sont présentes, représentant quatre entreprises en concurrence sur les mêmes marchés.

Vous allez:

- gérer plusieurs années de votre entreprise dans des conditions très réalistes
- définir vos objectifs, établir votre stratégie et votre plan financier
- négocier avec la banque les ressources nécessaires
- établir chaque année le bilan et le compte de résultat
- respecter le planning financier et gérer le cash
- utiliser plusieurs méthodes de calcul de la rentabilité des investissements



Conférencier:

Madame Iele STEEN, juriste, formateur auprès de CELEMI, Kortrijk

Public:

Dirigeants, cadres et agents commerciaux d'entreprises des secteurs de l'industrie, du commerce et des services

Droit d'inscription:

8.800.- LUF, (documentation, rafraîchissements et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue

Dates:

lundi 19 et mardi 20 juin 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

MITARBEITER UMFASSEND MOTIVIEREN

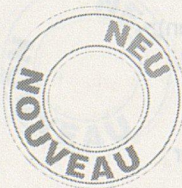
Wenn es um mehr als Geld geht

Erfolg hat immer viele Väter, ganz selten ist es nur die überzeugende Technologie oder das konsequente Vertriebssystem, das Entwicklung ermöglicht. Meist ist es das Zusammenwirken vieler Kräfte, das es erfolgreicher macht. Menschen vor allem sind es, die sich an bestimmten Zielen orientieren, die Pläne schmieden und Entscheidungen treffen, die organisieren und die Unternehmensideen in die Tat umsetzen. Sie sind es, die sich mit ihren Kollegen austauschen, Rat von den Vorgesetzten holen, Fehler begehen, Konflikte verursachen, nach Lösungen suchen. Oder Sie sind es natürlich auch, die Ihre Ängste spüren und Ihre Gewohnheiten und Bequemlichkeiten ausleben.

Hier ist die führende und ordnende Hand des Chefs und Vorgesetzten gefordert. Er ist die kooperative Autorität, die um Führung weiß und die Möglichkeiten umfassender Mitarbeiter-Motivation kennt. Er weiß, wie er Arbeitsfreude, Kreativität, Leistungsbereitschaft mit Selbständigkeit und Verantwortungsbewusstsein verbindet.

Programm:

- Sich selbst motivieren ist das Eine, von Anderen motiviert werden das Andere
- Motivation ist auch immer Mittel zum Zweck und Selbstzweck, vor allem wenn es um die unbewußten Blockaden und Widerstände der Mitarbeiter geht
- Mitarbeiterbedürfnisse und praktische Motivationstypen
- Es geht zu erst um betriebliche Anreize, die Zufriedenheit fördern
- Anreize aus der Arbeit sind die eigentlichen Motivatoren. Es gilt sie einzusetzen
- Konkrete Erfolgsschritte umfassender Mitarbeiter-Motivation
- Fallstudien aus der täglichen Praxis



Referent:	Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für ganzheitliche Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
Datum:	Mittwoch, den 21. und Donnerstag, den 22. Juni 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

MIT KOMPETENZ UND FREUNDLICHKEIT BESSER VERKAUFEN

Verkaufstraining für Mitarbeiter(innen) im Handel

Der Fachhandel muß seinen Kunden mehr bieten als nur Niedrig-Preise, sonst kann er nicht überleben! Fachhandelsgeschäfte bieten auch mehr, denn sie beschäftigen Fachpersonal und nicht nur Aushilfen. Das Konzept kann sich bezahlt machen, vorausgesetzt der Verkäufer überzeugt den Kunden mit Hilfe seiner Kompetenz und Freundlichkeit zum Kaufabschluß, der Kunde ist zufrieden und kauft deshalb öfters oder sorgt sogar für Neukunden. Kompetenz und Freundlichkeit sind jedoch nicht selbstverständlich; sie können aber entwickelt und gefördert werden.

Im zweitägigen Intensiv-Training werden die Teilnehmer befähigt, das Vertrauen des Kunden zu gewinnen, die wirklichen Kaufwünsche zu erfahren und durch kundengerechte Argumentation besser überzeugen zu können.

Programm:	<ul style="list-style-type: none"> - Beziehungselemente, die helfen den Kontakt zum Kunden aufzubauen - Kaufmotive und Kundeninteressen richtig erfragen und erkennen - Kundengerechte Lösungen/Produkte, kundenorientiert verkaufen - Auf Kundeneinsprüche (Einwand/Vorwand) richtig reagieren - Unentschlossenen Kunden die Kaufentscheidung erleichtern
Referent:	Elmar HEINBERG, Dipl. Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth bei Köln
Teilnehmerkreis:	Inhaber, Verkaufsleiter, Fachberater, Verkäufer(innen) von Einzelhandelsfachgeschäften mit überwiegend beratungsbedürftigen Kunden und erklärungsbedürftigem Sortiment (Schmuck, Möbel, Textilien, Schuhe usw.)
Teilnahmegebühr:	4.000.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke) vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen
Datum:	Montag, den 26. und Dienstag, den 27. Juni 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

ERFOLGREICHER TELEFONIEREN

Praxis Seminar

Programm:

- Worauf es ankommt
 - Was weiß man bereits vom Telefonieren?
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiel 1
 - Kartenabfrage: "Welche Probleme gibt es beim Telefonieren?"
- Verhandeln und verkaufen
 - Was heißt verhandeln und verkaufen?
 - Die Telefon-Verhandlungstechniken
 - Produkt-Argumentationstechnik
 - Kundenvorteile für die Produkt-Argumentation
 - Artikel-Eigenschaften: ursprünglich, abgeleitet, Vorteile
 - Produkt-Argumentation mit Kausalkette am Telefon
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiel 2
- Einwands-Beantwortungstechnik
 - Welche Einwände können kommen?
 - Welche Antworten sind richtig dafür?
 - Beispiele für die bedingte Zustimmung
 - Einwands-Behandlung: Einwand, bedingte Zustimmung, Antwort
 - Einwands-Beantwortung mit Kausalkette am Telefon
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiel 3
- Frage-Technik
 - Nennen Sie zu den Fragenarten je 3 Beispiele (Gruppenarbeit)
 - Wie man ohne Fragen am Gespräch aktiv teilnimmt
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiel 4
 - Emotional-Technik: Der wütende Partner
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiel 5
- Wie baut man ein Telefongespräch auf?
 - Regelkreise
 - Was sollte die Telefon-Vorbereitung beinhalten? (Gruppe)
 - ESMEWEK - System
 - Telefon-Vorbereitungs-Blatt und Übung (Einzelarbeit)
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiel 6
- Wie man Telefongespräche bewertet
 - Die Bewertungs-Faktoren
 - Telefon-Analyse-Blatt
 - Analysen-Ergebnisse
 - Welche Fehler findet man in diesen Gesprächen? Hörbeispiele als Bewertungsübung
- Telefon-Praxis
 - Telefonieren Sie jetzt: Rollenspiele 7 und 8
 - Persönliches Entwicklungsblatt
 - Telefonieren und bewerten Sie die nächsten Rollenspiele: Rollenspiele 9 - 15
 - Rollierendes Trainieren mit der Trainingsanlage

Referent: Rolf EICHLER, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater und Trainer, Tönisvorst

Teilnehmerkreis: Inhaber, Innen- und Außendienstmitarbeiter, Verkaufsbearbeiter von Großhandelsbetrieben

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

Datum: Donnerstag, den 29. und Freitag, den 30. Juni 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

LA NEGOCIATION DE HAUT NIVEAU

Communiquer avec succès

Combien de fois estimons-nous avoir TOUT fait pour notre société, en accordant notamment beaucoup d'importance aux bons contacts avec nos collaborateurs ?

Pourtant, plusieurs indices nous mettent parfois en garde et nous indiquent qu'il peut exister certains malaises. Comment dès lors rendre plus efficace la communication interne au sein de notre société ?

Le but de ce séminaire, réservé aux cadres et dirigeants d'entreprises, est de découvrir et de mettre en pratique d'autres manières de communiquer. Ce séminaire est axé essentiellement sur la pratique, de manière à permettre, à ceux qui le désirent, une remise en question.

Programme:

- Comment présenter et défendre une idée?

Défendre une idée, c'est d'abord la présenter avec clarté, mettre en évidence les avantages qu'elle comporte sans oublier que ceux-ci peuvent être différents suivant l'interlocuteur.

- Comment convaincre efficacement tout en respectant autrui?

Convaincre, c'est vouloir influencer. Il est beaucoup plus facile de faire accepter une idée / un projet si votre interlocuteur a l'impression que celle-ci vient de lui-même. Comment amener son interlocuteur à se convaincre lui-même du bien fondé de l'idée que vous lui proposez?

- Comment négocier pour que chaque partie soit gagnante?

Dans toute négociation, les interlocuteurs sont des partenaires et doivent pouvoir exprimer leurs idées. Négocier c'est en effet créer les conditions d'un profit. Tout négociateur exerce toutefois une influence dès qu'il s'agit de défendre un projet / une solution. Comment exercer une influence saine afin d'améliorer la qualité du résultat et de la relation.

- Comment éviter les conflits et comment les résoudre?

Chaque individu a sa personnalité, sa manière de voir les choses, sa façon d'aborder les problèmes et ce en fonction de son éducation, son passé, sa place dans la société... Bien des conflits peuvent en effet survenir de ces différences. Comment prévenir ces conflits par une meilleure connaissance de l'autre.

Conférencier: 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: 11.500.- LUF, (documentation, rafraîchissements et 3 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue

Date: lundi, 2, mardi, 3 et mercredi, 4 octobre 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures



LECTURE EFFICACE ET TECHNIQUES DE MEMORISATION

Plus que jamais, l'information circule!

Bon nombre de personnes sont régulièrement confrontées à d'épais dossiers, rapports et autres documents dont la lecture représente un important mangeur de temps.

Ce séminaire permet aux intéressés, d'apprendre une technique de lecture efficace qui allie rapidité et mémorisation

Programme:

Une lecture efficace: une lecture rapide

- Comment le texte est-il perçu ?
 - Améliorer notre perception du mot
 - Améliorer notre champ de vision
- Les techniques de sélection
 - Le repérage: trouver l'idée qui nous intéresse
 - L'écrémage: lire en diagonale
- Une méthode d'approche d'un ouvrage (presse, livre, circulaire, document professionnel, etc.)
 - Le survol
 - La lecture d'approfondissement
 - La condensation
- Entraînement intensif
 - L'oeil: un outil qui se travaille
 - Repérer les différents types de textes
 - Elaborer une stratégie de lecture
 - Lire vite et comprendre ce qu'on lit

Une lecture efficace: des informations mémorisées

- Une boîte à mystères
 - 8 clés pour une bonne mémoire
 - 3 étapes nécessaires: l'acquisition, le stockage et le rappel
 - Les 4 causes principales de l'oubli
- 3 méthodes pour mieux mémoriser ce qu'on lit
 - Prendre des notes (schématisation du texte)
 - Recopier
 - La méthode de la spirale
- Chiffres, dates et noms: des astuces pour mieux les retenir
- Entraînement intensif
 - Exercices d'observation
 - Exercices d'attention et de concentration
 - Exercices d'organisation
 - Exercices d'association
 - Exercices d'imagination

Conférencier: D. BERBACHI, consultant et formateur en gestion des ressources humaines.

Public: tous publics

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

Date: jeudi, 5 et vendredi 6 octobre 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures



A VOTRE SERVICE

imprimérie
H E N G E N

OFFSET • PHOTOCOMPOSITION • CRÉATION
14, rue Robert Stumper • L-1018 LUXEMBOURG
Boîte postale 1825 • Tél. 48 71 63 • Fax 40 46 18

Adobe
Photoshop

LA SECURITE AU TRAVAIL

Le renforcement des consignes de sécurité et de la prévention des accidents de travail

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: 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, Service de la Formation Continue

Date: lundi 16 et mardi 17 octobre 1995, de 8.30 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

Renseignements utiles

Inscriptions: Les inscriptions à tous nos séminaires et conférences se font obligatoirement par téléphone au numéro d'appel 43 58 53.

Nous prions les participants d'effectuer leur inscription au plus tard 1 semaine avant le début de la manifestation et de verser leur droit de participation exclusivement au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce - Service Formation Continue.

Lieu: Sauf indications contraires, toutes les manifestations auront lieu dans les locaux de la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi à Luxembourg-Kirchberg.

Stationnement: Les participants aux séminaires ont la possibilité de stationner au parking du sous-sol de la Chambre de Commerce.

Divers: Pour certains séminaires, il est prévu de prendre le(s) repas du midi en commun. Ceci ressort dès lors d'une note reprise sous la rubrique "Droit d'inscription".

Pour tout renseignement complémentaire, l'équipe du Centre de Formation se tient à votre entière disposition au numéro d'appel 43 58 53.

LES ENJEUX DU MANAGEMENT DE PROJETS

En deux jours, comprendre les enjeux du management de projet pour une entreprise et connaître les points clés de sa mise en oeuvre.

Quelle que soit l'organisation de l'entreprise et son type d'activité, l'enjeu actuel est d'avoir des managers capables de gérer et de conduire des projets de façon temporaire ou permanente. Ce phénomène concerne tous les niveaux de management.

Ce stage fait le point sur les organisations, les démarches, les méthodes, les outils et les bénéfices du management et de la gestion des projets.

Objectifs: Dresser le panorama du management de projets et décrire les points clés de réussite des projets.

Programme:

- Vue d'ensemble
- Structures et organisations
- Chef de projet: un métier
- Le produit
- Processus de déclinaison d'un projet

Conférencier: M. Marc WEILER, consultant et formateur auprès de la SESCAM, Vendenheim (France)

Public: Dirigeants, responsables de services, responsables de bureaux d'études, chefs de services informatiques 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, Service de la Formation Continue

Dates: jeudi 19 et vendredi 20 octobre 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures



POUR UN SECOND SOUFFLE

Bilan personnel et définition d'objectifs

Etre manager est un métier. Progresser dans son métier nécessite de régulières remises en question. En management, les styles efficaces d'aujourd'hui ne sont plus ceux d'hier. Le savoir être manager devient aussi important que le savoir. Pour gérer ces nouvelles exigences, il est vital de bien se connaître et de faire son bilan de réussite, afin de s'offrir une meilleure visibilité de son avenir personnel et professionnel.

Objectifs:

- se connaître mieux
- renforcer la confiance dans ses qualités déjà opérantes de manager
- repositionner le rôle déterminant du manager de demain
- détecter ses zones de fragilité
- enrichir l'éventail de ses ressources pour adapter ses stratégies déficientes
- jeter un pont entre ses valeurs propres et celles de l'entreprise,
- ... entre son développement personnel et celui de l'entreprise

Programme:

- Introduction
 - La réussite est un chemin
 - Je suis manager, on me fait déjà confiance
 - Je suis maître de mes actes, je choisis mon comportement
- Le bilan personnel qualitatif
 - Mes comportements aujourd'hui
 - Le chemin parcouru
 - Mes stratégies de réussite et mes stratégies déficientes
 - Les valeurs de vie et la motivation à s'améliorer



- La synthèse et les objectifs d'avenir
 - Vision; projet et valeurs de mon entreprise
 - Ce qu'on attend du manager de demain
 - Comment progresser? Etapes et rythme pour un changement performant
 - Mise en place et renforcement d'un motivateur de changement
 - Test d'efficacité

Conférencier: Eric MONNOYER, licencié en sciences économiques appliquées

Public: Dirigeants et responsables des ressources humaines d'entreprises du secteur 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, Service de la Formation Continue

Dates: lundi 23 et mardi 24 octobre 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

MEHR UMSATZ BEI WENIGER KOSTEN DURCH PRAXISORIENTIERTE 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, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Montag, den 6. und Dienstag, den 7. November 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

LE LANGAGE DES GESTES

Toute communication étant échange, réciprocité, interaction, le feed-back (information en retour) est l'un des aspects essentiels auquel tout communicateur doit être particulièrement sensible.

Il existe principalement 2 types de feedback: verbal et non verbal.

Deux faits suffisent à démontrer l'intérêt primordial de la communication non verbale, de la gestuelle:

1. 75 % des échanges entre 2 personnes sont inconscients et transmis par des signaux corporels.
2. Les comportements physiques sont plus facilement observables que le langage verbal.

Comprendre la gestuelle des autres et la nôtre s'avère donc être un atout considérable d'efficacité dans toutes les formes de communication: prise de parole, vente, management.

Un partenaire commercial affirmant: "Je suis d'accord avec vous", avec une main dans la poche, avec les bras croisés, ou en se grattant le menton, exprime-t-il réellement le même message ?

Programme:

1. Nous ne pouvons pas ne pas communiquer: langage analogique et digital.
2. Le corps, émetteur de postures et gestes inconscients. Hiérarchie des besoins.
3. La sphère corporelle personnelle. La bulle de sécurité: dynamique du stress.
4. Les territoires, les positions de force: le face-à-face, le terrain neutre.
5. La gestuelle: les indicateurs des états psychologiques, attitudes d'accord, attitudes de désaccord, confiance en soi, séduction, dissimulation.

Conférencier: Italo PRIMUS, Consultant et formateur en gestion des ressources humaines

Public: Chefs d'entreprise, cadres commerciaux, responsables des ressources humaines des secteurs de l'industrie, du commerce et des services

Droit d'inscription: 7.500.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service de la Formation Continue

Dates: jeudi 9 et vendredi 10 novembre 1995 de 9.00 à 12.30 heures et de 14.30 à 18.00 heures

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, 9 novembre 1995 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, 16 novembre 1995 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, 23 novembre 1995 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, 30 novembre 1995 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, 7 décembre 1995 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, spécialisé 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, Service de la Formation Continue

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 Handelsbetrieben

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

Datum: Montag, den 13. November 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

MITARBEITERFÜHRUNG UND BETRIEBSORGANISATION MIT DELEGATION VON VERANTWORTUNG

Ziel des Seminars ist es, den Teilnehmern die geschlossene Konzeption des zeitgemäßen, motivierenden Führungsstils für Vorgesetzte und Mitarbeiter vorzustellen. Die Teilnehmer sollen während des gesamten Seminars die Umsetzung der Inhalte in bezug auf Ihr Unternehmen und Ihre Arbeitsbereiche überprüfen.

Zum Ende des Seminars soll die Überzeugung vorhanden sein, diesen Führungsstil und das erlernte Führungsverhalten in Zukunft selbst zu praktizieren.

Programm:

- Personalführung und Betriebsorganisation im Wandel
 - Veraltete Prinzipien der Personalführung
 - Die Notwendigkeit moderner Personalführung
 - Der neue Vorgesetzte
 - Der neue Mitarbeiter
 - Grenzen des neuen Führungsstils
- Delegation von Verantwortung als Führungs- und Organisationsprinzip
 - Merkmale der Delegation
 - Notwendige Voraussetzungen
 - "Gesetze" der Delegation
 - Der Dreiklang: Aufgabe, Kompetenz, Verantwortung
 - Festlegung von Einzelbereichen
 - Organisation und Stellenbeschreibung
 - Führungsgrundsätze als verbindliche Spielregeln
 - Rechte und Pflichten für den Vorgesetzten

- Rechte und Pflichten für den Mitarbeiter
- Risiken der Delegation
- Grenzen der notwendigen Kontrolle
- Wirkung auf Betriebsklima und Betriebserfolg
- Zukünftige Entwicklungen

Referent: Dr. Karlfried HANS, Dipl.-Kfm., Ratingen

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- Handels- und Dienstleistungsbetrieben

Teilnahmegebühr: 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 1 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Donnerstag, den 16. November 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

ANERKENNUNG UND KRITIK ALS MITTEL ZUR MOTIVATION DER MITARBEITER

Ziel dieser Veranstaltung ist es, Vorgesetzten die Auswirkung der Führungsmittel "Anerkennung und Kritik" transparent zu machen.

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, durch den effektiven Einsatz von Anerkennung und Kritik die Leistungen Ihrer Mitarbeiter zu steigern und Fehlverhalten situationsgerechter zu begegnen.

Programm:

- Kontakt als Voraussetzung für positive Kritik
- Kritik im autoritären Führungsstil
- Richtige Kritik in der modernen Führung
- Anhören der Gründe (evtl. der Entschuldigungsgründe)
- Die Objektivität der Beurteilung
- Maßnahmen und Konsequenzen
- Pädagogische Elemente der Kritik
- Die Beendigung des Kritikgesprächs
- Trennungsgespräch
- Raum und Zeit für das Kritikgespräch
- Modell als Hilfe für den Vorgesetzten
- Sonderform der Kritik und deren Auswirkungen
- Anerkennung als Führungsmittel
- Anerkennung als Motivation
- Analyse ausgewählter Fälle
- Gründe für mangelnde Anerkennung
- Worauf es besonders zu achten gilt
- Richtige Dosierung
- Anerkennung ohne "aber"
- Verhältnis von Anerkennung zu Kritik

Referent: Dr. Karlfried HANS, Dipl.-Kfm., Ratingen

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie, Handels- und Dienstleistungsbetrieben

Teilnahmegebühr: 4.500.- LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 1 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Fortbildungsabteilung, zu überweisen

Datum: Freitag, den 17. November 1995 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

WIE SIE IHRE LEISTUNG STEIGERN UND IHR VERHALTEN ÄNDERN KÖNNEN

Tips und Hinweise für mehr Erfolg in Beruf und Leben

Prüfen Sie einmal selbst:

- Sind Sie mit Ihren Arbeitsergebnissen beruflich und/oder privat immer zufrieden?
- Sind Sie mit Ihren Einstellungen und Verhaltensmustern immer einverstanden?
- Ist Ihre Umgebung (Arbeitskollegen, Vorgesetzte, Familienangehörige, Bekannte) mit Ihrem Leistungsverhalten, Ihrem Handeln zufrieden?
- Sind Sie mit dem bisher beruflich und privat Erreichten zufrieden?
- Hängt Ihr "beruflicher oder persönlicher Erfolg" ausschließlich von Beziehungen oder besonderen persönlichen Kontakten ab?

Wenn Sie jetzt alle fünf Fragen mit einem eindeutigen "Ja" beantworten können, brauchen Sie nicht mehr weiterzulesen. Haben Sie aber nur die geringsten Zweifel, ob dieses "Ja" wirklich stimmt sollten Sie dieses Seminar nutzen, um Ihre derzeitige Einstellungs-, Präsentations- und Verhaltenssituation zu überprüfen.

Nicht immer haben die anderen Schuld, wenn es beruflich oder privat nicht klappt, erhoffte Beförderungen oder Gehaltserhöhungen ausbleiben. Wenn Personen aus unserem Umfeld mit unseren Leistungen, unserem Verhalten nicht zufrieden sind.

Jeder kennt das Sprichwort: "Einsicht ist der erste Schritt zur Besserung". Warum hält sich aber keiner daran? Warum ist es also so schwer, sein Verhalten zu ändern? Mehr Leistung zu erbringen, weil andere es von uns erwarten? Dinge zu tun, die man eigentlich selbst nicht so recht einsieht?

Es gibt mit Sicherheit jetzt noch viele andere Punkte, die Sie nachdenklich stimmen. Gleich welcher Punkt es auch ist, der Sie jetzt gedanklich aktiviert, wenn es einer ist, den Sie ändern wollen, der vielleicht wiederholt kritisiert wird, soll diese Seminarveranstaltung für Sie der richtige Schritt sein.

Programm:

- Was uns stört, was immer wieder moniert wird, was wir ändern, erreichen wollen?
- Warum es so schwer ist, sein Verhalten zu ändern, Dinge zu tun, die andere von uns erwarten, die wir für andere tun sollen?
- Bin ich (war ich) immer ehrlich mir gegenüber?
- Heraus aus der "Alltags-Routine"
- Lernen und Tun, zwei wichtige Voraussetzungen für mehr Erfolg, innere Zufriedenheit
- Einstellung, Motivation, Verhalten - seine Ursachen und Änderungsmöglichkeiten
- Das "Zwölf-Schritte-Programm" zur Leistungssteigerung, Verhaltensänderung, Zielerreichung
- Was muß ich tun, damit dieses "Ziel" auch erreicht wird? Das "Tu-es-Gleich" bzw. "Tu-es-Selbst-Prinzip" als Weggefährte zum Erfolg
- Kontroll- und/oder Sicherungsmechanismen auf dem Weg zum Ziel
- Änderungen, Hinweise und Tips, die auch mir helfen können



Referent: Gerd REHBOCK, Kommunikationstrainer, Hamburg

Teilnehmerkreis: Führungskräfte, Selbständige und Firmeninhaber von Industrie-, Handels-, und Dienstleistungsbetrieben

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

Datum: Montag, den 20. und Dienstag, den 21. November 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

Publik: tous publics

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

Date: mercredi, le 13 décembre 1995, à 19.00 à 21.00 heures

DAS RICHTIGE FÜHREN VON WEIBLICHEN MITARBEITERN

Kennen Vorgesetzte ihre weiblichen Mitarbeiter wirklich?

Die allgemeine Berufstätigkeit der Frau ist heute eine gesellschaftliche Normalität geworden. Aus unserem Wirtschaftsleben ist die Frau als Arbeitnehmerin und Mitarbeiterin nicht mehr wegzudenken. Es gibt wohl heute keine Berufssparte mehr, in der Frauen nicht beschäftigt sind.

Dieses ist die eine Seite der Medaille. Die andere Seite sieht aber nicht so positiv aus. Abgesehen davon, daß die meisten Führungspositionen noch von Männern eingenommen werden, spielt sich das berufliche Zusammenwirken von Mann und Frau noch viel zu oft nach den vorhandenen Denkschemen der Männer ab.

Den meisten Männern sind weder die geschlechtsspezifischen Gegebenheiten, die unterschiedlichen Verhaltensweisen, noch die kommunikativen Unterschiede zwischen den beiden Geschlechtern bekannt. Daß sich dieses Fehlen nicht nur auf sämtliche Formen des Führungsprozesses, sondern auch auf den allgemeinen Aspekt der Zusammenarbeit auswirkt, ist eine vermeidbare Folge.

Im Rahmen dieser Seminarveranstaltung werden nicht nur die spezifischen Unterschiede, die anders gearteten Kommunikationsmerkmale zwischen Frauen und Männern, sondern auch gewünschte Verhaltensmuster für männliche und weibliche Vorgesetzte aufgezeigt, die geeignet sind, ihr Führungsverhalten zu überprüfen, bzw. bestätigt zu bekommen.

Ein Seminar, das sich gleichermaßen an Frauen und Männer in Führungspositionen wendet, und an Mitarbeiter, die bereit sind, an ihrem Arbeits- und/oder Führungsverhalten gegebenenfalls Veränderungen vorzunehmen.

Veränderungen, sofern sie vollzogen werden, sollen jedem dort helfen, wo er beruflich oder privat tätig ist.

Programm:

- Die Stellung der Frau in der Gesellschaft und am Arbeitsplatz
- Geschlechtsspezifische Unterschiede zwischen Frauen und Männern und ihre möglichen Auswirkungen auf den Arbeitsprozeß
- Der Mann, die Frau als Vorgesetzte
- Exkurs über weibliche und männliche Körpersprache
- Merkmale geschlechtsspezifischen Sprachverhaltens
- Das unterschiedliche Kommunikationsverhalten von Frauen und Männern in Gesprächen, in Verhandlungen, in Diskussionen
- Wahrnehmen der Sach- und Beziehungsebene im Gespräch
- Analyse eigener Verhaltensweisen und Empfehlungen

Referent: Gerd REHBOCK, Kommunikationstrainer, Hamburg

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs, Filialleiter, Abteilungsleiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben

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

Datum: Montag, den 4. und Dienstag, den 5. Dezember 1995, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

TECHNIQUES DE RENFORCEMENT DE LA MOTIVATION

Quels que soient les entreprises, les situations, les circonstances, les enjeux, les objectifs, les partenaires, l'incertitude se vit au quotidien dans le monde du travail et avec elle surgit, par atrophie de gestion en ressources humaines, une multitude de dysfonctionnements, traduisant globalement des perturbations de processus d'adhésion au travail. Ce qui entraîne inmanquablement des coûts économiques, financiers, sociaux et psychologiques.

Ce séminaire propose aux participants l'apprentissage des principales techniques destinées à remédier de manière concrète à la baisse de motivation, la démotivation et l'absence de renforcement de la motivation au travail.

Programme:

- Analyse du concept de motivation (décodage paradoxal dans le cadre de l'incertitude)
- Analyse des indicateurs de la démotivation au travail qui sont les dysfonctionnements personnels, relationnels et organisationnels (absentéisme, conflit ouvert, retrait, sabotage,)
- Par l'application des techniques de renforcement de la motivation, voire de remotivation, élaboration d'une stratégie globale d'intervention:
 - désoccultation et gestion des paradoxes
 - mise en place d'éléments motivationnels dans la négociation
 - mise en place d'une structure, par rapport à toute décision

Conférenciers: M. Jacques DEFRENNE, Docteur en sciences du travail,
Consultant et intervenant en entreprise
Mme Chantal 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: 7.500.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus);
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce,
Service de la Formation Continue

Dates: jeudi 7 et vendredi 8 décembre 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 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 séance questions-réponses, qui permettra aux intéressés de s'informer sur les points qui les concernent plus particulièrement.

Conférencier: Jean PETRY, Etudes Universitaires Pratiques d'Economie et de Droit

Public: tous publics

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

Date: mercredi, le 13 décembre 1995, à 19.00 à 21.00 heures

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:

Jacques DEFRENNE, Docteur en sciences du travail,

Consultant et intervenant en entreprise

Chantal 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: 7.500.- LUF, (documentation et rafraîchissements inclus);
à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce,
Service de la Formation Continue

Dates: jeudi 14 et vendredi 15 décembre 1995, de 9.00 à 12.30 et de 14.30 à 18.00 heures

NOUVEAU PEUGEOT BOXER

**Pour joindre
l'utilitaire...**



Pour joindre l'utilitaire à l'agréable, Peugeot a conçu un nouveau véhicule: le Boxer. Utilitaire tout d'abord avec ses 33 versions de fourgons tolés essence, diesel et diesel turbo et ses dimensions variées: volume utile de 7,5 à 12 m³ sans transformation, charge utile de 1120 à 1785 kg, 3 empattements: 2,85 m - 3,20 m - 3,70 m. Longueur utile jusqu'à 3,35 m, hauteur intérieure jusqu'à 2,12 m, hauteur portes AR jusqu'à 2,01 m, largeur portes AR jusqu'à 1,56 m. Utilitaire donc mais aussi et surtout agréable ce qui en fait un véhicule d'exception.

VAN OF THE YEAR 1994

à l'agréable.



Jugez plutôt: comportement routier exceptionnel, meilleure précision de conduite, position de conduite ergonomique, levier de vitesses au tableau de bord. En fait, le Peugeot Boxer offre plus d'un avantage. Mais pour en avoir vraiment le coeur net, joignez l'utile à l'agréable en venant le découvrir chez votre distributeur Peugeot.

BOXER  **PEUGEOT**

BIL-commerce & artisanat: l'assistance



"... expliquer ses projets en toute quiétude...
pouvoir compter sur un partenaire compétent
et fiable... progresser et manifester sa présence...
envisager l'avenir de manière sereine..."

A la BIL, les PME trouvent l'appui nécessaire
pour être compétitives et efficaces.
Un enjeu qui vaut vraiment la peine
d'en parler. **BIL: la banque qui agit.**

