DE LETZEBURGER CONTROLL DE LETZEBURGER CON

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

Für eine Stärkung unseres Außenhandels

Je kleiner ein Land ist, desto bedeutender ist sein Außenhandel: dies ist eine bekannte Binsenwahrheit, die zweifelsohne auch auf unser Land zutrifft

Per Außenhandel erreicht nämlich twa 75% unserer Wirtschaftsleistung. Im Klartext bedeutet dies, daß etwa drei Viertel der nationalen Produktion im Ausland verkauft werden muß, und daß ebenfalls etwa drei Viertel der in unserm Land verbrauchten Waren und Dienstleistungen aus dem Ausland eingeführt werden.

Diese Rechnung kann nur aufgehen solange die Einfuhren durch entsprechend hohe Ausfuhren gedeckt werden: genau wie ein Privathaushalt seine Ausgaben im Gleichgewicht mit seinen Einnahmen halten muß, so muß ebenfalls eine Volkswirtschaft in ihren Beziehungen mit dem Ausland eine ausgeglichene Handelsbilanz erzielen. In diesem Sinn belebt die Exportwirtschaft den Binnenmarkt, denn nur die Ausfuhren sinhern die Finanzierung der vom Hanfel eingeführten Güter.

Seit nunmehr sechs Jahren weist die Luxemburger Handelsbilanz rote Zahlen auf, und allein für das Jahr 1980 dürfte das Defizit der Handelsbilanz deutlich über 10 Milliarden Franken liegen. Somit werden unsere Einfuhren nicht mehr durch unsere Ausfuhren gedeckt, unsere für den Inlandsverbrauch getätigten Importe übersteigen deutlich die Exportleistung, und unser Land lebt folglich über seine Mittel. Gewiß, die Dienstleistungen erbringen Jahr für Jahr eine positive Außenhandelsbilanz, und wenn man die Wirtschaftsleistung der internationalen Finanztätigkeiten einbezieht, so schließt die Luxemburger Zahlungsbilanz sogar mit einem hohen Überschuß ab. Aber die Erfahrung lehrt, daß internationale Dienstleistungstätigkeiten oft mit einer erhöhten Unsicherheit belastet sind, und der Finanzplatz Luxemburg ist keineswegs für die Zukunft in seiner jetzigen Ausstrahlung gesichert. Folglich wäre es unvorsichtig, das Defizit unserer Handelsbilanz unter Hinweis auf die positive Zahlungsbilanz herunterzuspielen.

Im Gegenteil, für die Zukunft muß die Wiederherstellung des Gleichgewichtes unserer Handelsbilanz ein prioritäres Ziel unserer Wirtschaftspolitik sein, um somit auch die Existenz der auf den Binnenmarkt ausgerichteten mittelständischen Betriebe in Handel und Handwerk zu sichern.

Das Gleichgewicht unserer Handelsbilanz kann nur hergestellt werden, wenn wir entweder unsere Exporte steigern oder unsere Importe drosseln. Auf kurze Sicht würde eine Reduzierung unserer Importe zwar unsere Handelsbilanz verbessern, aber eine solche Maßnahme würde den Verbrauch der Haushalte senken, den Umsatz des Handels beeinträchtigen und den Lebensstandard der Bevölkerung in Frage stellen. Deshalb sollten wir eher eine Erhöhung unserer Exporte anstreben: eine solche Politik ist zwar kurzfristig weniger wirksam, aber auf längere Sicht zeitigt sie zweifellos bessere Resultate.

Um sich auf den Auslandsmärkten zu behaupten, müssen unsere Unternehmen im Vergleich zu anderen Anbietern wettbewerbsfähig sein. Folglich müssen wir unsere Exporte dadurch fördern, daß wir die Wettbewerbsfähigkeit unserer Produktionskosten stärken.

Neben den hohen Arbeitskosten beeinflussen natürlich die allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Leider sind die Luxemburger Produzenten in verschiedenen Bereichen eindeutig benachteiligt im Vergleich zu ihren ausländischen Konkurrenten und eine Ausweitung der staatlichen Exporthilfen sowie eine Lockerung gewisser Steuerbestimmungen drängen sich auf.

Denn eine Erhöhung unserer Exporte kann nur durch vereinte Anstrengungen der Unternehmen und der öffentlichen Hand erreicht werden, wobei eine **Gleichstellung** unserer Betriebe mit den ausländischen Konkurrenten anzustreben ist.

Aug dom Inhalt

Aus dem innait	
Seit	e
Fortbildungsseminare - Programm 1981 3-1	7
Le colporteur peut-il solliciter des commandes auprès de particuliers? . 1	9
Foires et expositions 2	0
Carences budgétaires en défaveur des professions commerciales 2	2

Sie investieren in Ihrem Unternehmen

Sie brauchen einen Kredit, um Ihre Investitionen zu finanzieren.

Wir helfen Ihnen 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. Boîte postale 1503

LUXEMBOURG, Tél.: 43 58 53

COMPTABILITÉ GÉNÉRALE DE LUXEMBOURG

TOUS LES SERVICES D'UNE FIDUCIAIRE COMPÉTENTE ET AVANCÉE



TRANS WORLD BUSINESS AND TRUST COMPANY OF LUXEMBOURG

UNE ORGANISATION MONDIALE POUR L'EXÉCUTION DE TOUTES OPÉRATIONS COMMERCIALES, CIVILES, FINANCIÈRES

Registre de Commerce de Luxembourg : A-26425

Renseignements: Mme Josette MULLER, Dir. Admin.

Téléphone: 2 02 98 (5 lignes) 47 41 64 (5 lignes)

Bureaux: 82, avenue Victor Hugo LUXEMBOURG

Télex: 1856 TOSON LU

Wat ass 1981 an der Spuerkeess lass?

> Den 21. Februar 1981 besteet d'Spuerkeess zenter 125 Joër. 125 Joër am Dengscht vun de Lëtzebuerger an dem Lëtzbuerger Land.

SPUERKEESS



Fortbildungsseminare der Handelskammer

PROGRAMM 1981

Seit nunmehr fünf Jahren bietet die Handelskammer den Inhabern sowie den leitenden Mitarbeitern der zu ihrem Kompetenzbereich gehörenden Klein- und Mittelbetriebe die Möglichkeit, sich durch den Besuch von Seminaren und Fortbildungskursen zusätzliche allgemeine und berufsspezifische Kenntnisse anzueignen.

Von einem in der Anlaufphase bescheidenen Angebot ausgehend, ist die Abteilung für berufliche Fortbildung seit 1979 in der Lage, ein komplettes und breitgefächertes Programm anzubieten, das, wie die Statistiken beweisen, sich eines großen Interesses bei den angesprochenen Berufsgruppen erfreut. Tatsächlich sind die Teilnehmerzahlen im ständigen Steigen begriffen, um im abgelaufenen Jahr das Total von 725 Eintragungen zu erreichen.

Für das kommende Jahr 1981 hat man sich daher wiederum bemüht, verschiedene neue, aktuelle und interessante Themen in das Programm aufzunehmen. Daneben ist die Wiederholung solcher Veranstaltungen eingeplant, welche bei ihrer Erstdurchführung eine besonders große Resonanz gefunden hatten und für die, wegen Platzmangel oder aus organisatorischen Gründen, nicht alle Anmeldungen berücksichtigt werden konnten.

Auf den folgenden Seiten sei nunmehr das Programm für 1981 in chronologischer Reihenfolge vorgestellt. Dasselbe ist in enger Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern des "Comité de promotion professionnelle pour le commerce et le secteur HORESCA", unter dem Vorsitz ihres Präsidenten, Herrn HIPPERT, gewähltes Mitglied der Handelskammer, und dem "Service de la formation continue" zusammengestellt worden. Hiermit soll dem interessierten Leser die Möglichkeit gegeben werden, sich die für ihn besonders wichtigen Seminare oder Kurzlehrgänge für eine eventuelle Teilnahme vorzumerken.

Erstes Semester

Mitarbeiterführung und Betriebsorganisation mit Delegation von Verantwortung

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

Programm:

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

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

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

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Dienstag, den 3. Februar 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

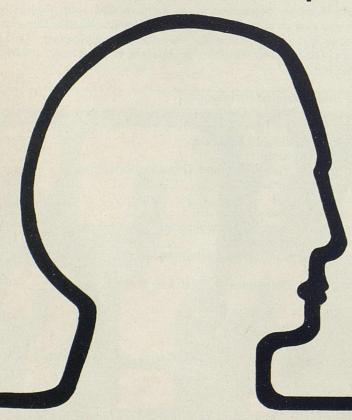
DE LETZEBURGER MERKUR wird in 10000 Betrieben gelesen.

An dieser Stelle könnte Ihre Anzeige stehen!!

Durch eine Werbung im Letzeburger Merkur erreichen Sie alle Unternehmen im Handel, im Gaststättengewerbe, in der Industrie und im Finanzsektor.

Die Redaktion des Luxemburger Merkur steht Ihnen für weitere Auskünfte zur Verfügung: Tél.: 435853

Pour l'informatique à visage humain



Vous avez l'embarras du choix quant au matériel, mais un seul système d'information s'adapte aux besoins de votre entreprise.

Avant de vous engager, il est absolument indispensable de faire établir un vrai diagnostic des problèmes qui vous sont spécifiques.

Les ingénieurs de SG2 Luxembourg vous conseilleront, vous présenteront des solutions, vous aideront à faire le meilleur choix.

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
DE SERVICE ET DE GESTION

21-25, allée Scheffer Luxembourg – Tél. 20316 et 20122

Mitarbeiterbesprechung als Mittel zur Leistungssteigerung und Kostensenkung im Betrieb

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

Programm:

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

Referent:

Dr. Karlfried Hans, Dipl.-Kfm., Ratingen (BRD).

Teilnehmerkreis:

Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs und leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum:

Mittwoch, den 4. Februar 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Leistungsorientierte Unternehmensführung im Klein- und Mittelbetrieb - Schwachstellenanalyse

Zu den besonderen Problemen der rationellen Gestaltung betrieblicher Abläufe zählen vor allem im Klein- und Mittelbetrieb des Großhandels eine in zeitlicher und sachlicher Hinsicht aussagekräftige Dokumentationsrechnung und eine kostengerechte Kalkulation einschließlich der dafür notwendigen Kontrollsysteme. Das rechtzeitige Erkennen und konsequente Beheben von Schwachstellen im Betriebsprozeß wird in diesem Seminar unter der Leitung erfahrener Betriebsberater des Großhandels dargestellt und durch Fallbeispiele eingeübt. Damit erhalten die Teilnehmer praktische Handlungsanweisungen zur Lösung dieser ständigen Führungsaufgabe.

Programm:

- Personalbereich.

Beurteilung, Mitarbeiterschulung, Mitarbeiterbeschaffung, Aufgabengestaltung, Stellenbeschreibung.

- Bilanzbereich.

Analyse, Finanzierung, Erfolgskontrolle.

- Kundenbereich.

Absatzpotentiale und deren Messung, ABC-Analyse, Kaufgründe.

Kosten- und Ertragsbereich.

Kostenkontrolle, Leistungskontrolle, Deckungsbeitragsrechnung.

- Sicherheitsbereich.

Interne Revision, Datensicherung.

Referent:

Dipl. Vw. Roger v. Wulffen, Großhandelsschulungsheim, Goslar.

Teilnehmerkreis:

Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter kleiner und mittlerer Unternehmen des Großhandels.

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum:

Montag, den 16. Februar 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Dienstag, den 17. Februar 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wie kann sich das Fachgeschäft im verschärften Wettbewerb profilieren?

Die Vielfalt der Betriebsformen auf der Handelsebene sowie die zahlreichen Vertriebssysteme zwingen jeden Inhaber eines Fachgeschäftes, sich laufend zu informieren und zu profilieren. Der sich abzeichnende Trend und vor allem das Verbraucherverhalten bieten dem Fachhändler gute Chancen, die eigene Wettbewerbsposition zu verbessern. Die letzten Statistiken unterstreichen die zunehmende Beliebtheit des Fachgeschäftes beim Verbraucher. Nicht zuletzt bestätigt die gewandelte Verkaufsstrategie der Warenhäuser und Verbrauchermärkte die Bedeutung des Fachgeschäftes als Versorgungsstätte für den gehobenen Bedarf.

Programm:

- Die drei Aktionsbereiche zur Festigung der betrieblichen Existenz.

Das Leistungsdreieck als Profilierung gegenüber anderen Betriebsformen.

- Wie kann sich das Fachgeschäft gegenüber anderen Betriebsformen (SB-Warenhäuser, Diskonter, Verbrauchermärkte, Kleinpreisgeschäfte usw.) behaupten?

- Marketing im Fachgeschäft richtig verstanden und erfolgreich angewendet.

- Nach welchen Kriterien sollten Betriebsziele gesetzt werden ?

Die Standortanalyse als Voraussetzung für eine marktgerechte Absatzpolitik.

- Wodurch lassen sich die drei innerbetrieblichen Einsatzfaktoren Mensch - Ware - Raum -

als Umsatzmotor aktivieren?

- Wie nutzt man die IMAK-Methode zur Steigerung der Personalleistung?

- Wie schließt man den Erfolgskreis von Werbung und Verkauf? - Aktionsplan zur erfolgreichen Durchführung von Sofortmaßnahmen.

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

Inhaber, leitende Mitarbeiter sowie Familienangehörige von Einzelhandelsbetrieben. Teilnehmerkreis:

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Montag, den 23. Februar 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Staatliche Investitionshilfen für den Groß- und Einzelhandel

Programm:

- Rahmengesetz des Mittelstandes.

- Ausrüstungskredite (SNCI). Steuerliche Investitionshilfen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden

die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Referent:

Experte der Handelskammer und Mitglied der staatlichen Gutachterkommission.

Teilnehmerkreis:

Betriebsinhaber und ihre leitenden Mitarbeiter.

Datum:

Montag, den 9. März 1981 von 20.00 bis 22.00 Uhr.

Niederlassungsrecht

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

Programm:

Teilnehmerkreis:

- Die Gesetzgebung über die Handelsermächtigungen.

- Erläuterung einzelner branchenspezifischer Fragen. - Zusätzliche Genehmigungen und Eintragungen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden

die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr: 500,- F.

Datum: Voraussichtlich am 10. und 12. März 1981, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Mit besseren Schaufenstern Kunden neu gewinnen

FACHSEMINAR FÜR SCHAUFENSTERGESTALTUNG

Programm:

- Wer wirbt, muß wissen wofür er wirbt.

Aktive Werbung am Kaufpunkt, Schauwerbung, Schaufensterwerbung, Außenwerbung,

Imagebildung.

- Was ist ein Schaufenster wert?

Meinung oder Gewißheit, Schaufenstererfolgskontrollen, Interessentengespräche,

Wirkungsabfall.

- Welche Schaufensterräume werben erfolgreich?

Bewertung von Angeboträumen nach farblicher Funktion.

Überlegungen und Erfahrungswerte.

- Wit welchem Passantenverhalten Schaufensterwerbung rechnen muß.

Passantenströme.

Kontrolle auf Signal und Zeichenaussage.

- Passanten zu Interessenten und Interessenten zu Kunden machen.

Werbeerfolg ist kein Zufall. Der Werbeträger Schaufenster. Das Werbemittel Schaufenster.

Angebots-Technik.

Elemente der Schau.

Systematische Bewertung von Schaufenstergestaltungen (DIA-Reihe).

- Licht lockt Leute.

Kenntnis einfacher Begriffe der Lichttechnik führt zu Kostenersparnis.

- Farbe hilft verkaufen.

Gesetze der Farbwahrnehmung.
Farbwirkungen und Farbbewertungen.

– Warenangebote die den Verkauf fördern.

Preis- und Textschilder.
 Der psychologische Preis.

- Wie sich Schaufensterideen finden lassen.

Beispiele und Fallstudien.

Referent:

Heinz Krugler, Werbeberater und Dozent.

Teilnehmerkreis:

Inhaber, Verkäufer, Familienangehörige und andere Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben, die keine Ausbildung als Schaufenstergestalter oder Raumausstatter erhalten haben.

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum:

Montag, den 9. und Dienstag, den 10. März 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wettbewerbsrecht und Preisreglementierung

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

Programm:

- Reglementierung des unlauteren Wettbewerbs.

- Gesetzliche Regeln zur Preisfestsetzung.

Beispiele aus der Praxis.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden

die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Teilnehmerkreis:

Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen des Handels.

Diese Veranstaltung ist eine logische Fortsetzung des Seminars über das Niederlassungsrecht

und richtet sich somit auch an Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr: 500,- F.

Datum: Voraussichtlich am 17. und 19. März 1981, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Verkaufen am Telefon

EINE VERKAUFSHILFE MIT LEISTUNGSRESERVEN

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

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

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

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

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

Programm:

- Wie bereitet man sich richtig auf Telefongespräche vor ?
- Die Bedeutung des Telefons zur Unterstützung der Verkaufsbemühungen.

Zielgerechter Einsatz des Telefons. Besonderheiten beim Gesprächsbeginn.

Die Grundelemente eines wirksamen Telefongesprächs.

Die Kunst des Zuhörens.

Stimme, Sprache, Gesprächsklima – die Erfolgsfaktoren im Telefongespräch.
 Das positive Gesprächsklima – Die Grundvoraussetzung eines erfolgreichen Telefongesprächs.

Möglichkeiten der Gesprächsaktivierung.

- Welche persönlichen Bedingungen ggf. Schwächen spielen beim Telefonieren eine entscheidende Rolle?
- Verkaufstechniken am Telefon.
- Wie begegnet man aufkommenden Kundeneinwänden?
- Das Telefon im Alltag.

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 Trainigsbeispiele zur Sprechtechnik und Sprachgewandheit.

Referent:

Gerd Rehbock, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

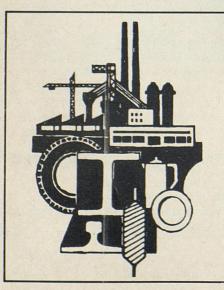
Teilnehmerkreis:

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

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum:

Samstag, den 21. und Sonntag, den 22. März 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.



Le Grand-Duché de Luxembourg

Petit pays au vaste rayonnement économique

OFFRE:

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

Pour tous renseignements s'adresser au

SERVICE DE LA COMMERCIALISATION de la PRODUCTION-EXPORTATION

> 19, boulevard Royal, LUXEMBOURG Ø 47 94 325

Kampf dem Ladendiebstahl

Der Ladendiebstahl ist ein Problem, das für unsere Zeit charakteristisch ist und sich inzwischen zu einer regelrechten Plage ausgeweitet hat. In den meisten Fällen dringt nur wenig an die Öffentlichkeit, so daß man nur schwer die auch nur annähernd richtige Zahl der Diebstähle feststellen kann. Doch kann man andererseits behaupten, daß die meisten Geschäftsinhaber bereits bittere Erfahrungen mit Ladendieben gesammelt haben. Wie man dieses heikle Problem in den Griff bekommen kann, und wie man vorbeugend handeln kann, zeigt ein erfahrener Referent im Laufe dieser Veranstaltung, zu der auch ein Vertreter der örtlichen Polizei zu einem Kurz-Referat über die rechtliche und praktische Lage in Luxemburg eingeladen wird.

Programm:

- Ladendiebstahl als gesellschaftliches Problem.
- Rechtliche Würdigung des Ladendiebstahls.
- Zweckmäßiges Verhalten des Geschäftsinhabers und seiner Mitarbeiter gegenüber den verschiedenen Tätertypen.
- Organisatorische Abwicklung eines Diebstahlfalles.
- Diebstahlpraktiken und aktive Abwehr- und Vorbeugemaßnahmen.
 - Ladeneinrichtung und Warendarbietung.
 - Organisatorische und technische Möglichkeiten der Warensicherung.
 - Diebstahltest.
 - Personalorganisation und Personalschulung.
- Die besondere Problematik des Personaldiebstahls.
- Ausschaltung von Betrug und Unterschlagung durch Mitarbeiter und Kunden.
- Diskussion.

Referent:

Hans-Jürgen Wilcke, Dipl.-Kfm., BBE-Köln.

Teilnehmerkreis:

Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs und andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandels-

betrieben.

Teilnahmegebühr:

800,- F.

Datum:

Montag, den 23. März 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Wie man an Kunden verkauft und neue Kunden gewinnt

Verkaufen heißt letztlich besser sein als der Mitbewerber – aber worin besser? Bessere Produkte, besseres Sortiment, besserer Kundendienst, bessere Preise als der Mitbewerber? Aber was heißt hier schon bessere Preise: höher oder unterbieten? Besser sein als seine Konkurrenz kann doch nur bedeuten, bessere Verkäufer, Berater und Mitarbeiter zu beschäftigen. Bessere Mitarbeiter sind betriebswirtschaftlich billigere Mitarbeiter auch wenn sie teuer bezahlt werden, auf jeden Fall sind sie erfolgreiche Verkäufer. Bei dieser Veranstaltung werden Ihre Nachwuchsverkäufer und Kundenberater unter Einsatz modernster Lehrmittel und Lehrmethoden trainiert. (Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit, Diskussion und Einsatz von echten Verkaufsgesprächen und einer Fernsehanlage).

Programm:

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

Referent:

Gerd Rehbock, Hamburg.

Teilnehmerkreis:

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

Teilnahmegebühr:

1.200,- F.

Datum:

Montag, den 30. März 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Dienstag, den 31. März 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Personalbeschaffung, Personalbeurteilung - Personalauswahl

Programm:

Mobilisierung innerbetrieblicher Leistungsreserven.

Innerbetriebliche Stellenausschreibungen. Umschulungs- und Fortbildungsmaßnahmen.

Organisatorische Maßnahmen. Rationalisierungsmaßnahmen. Umsetzungen/Versetzungen.

Reservehaltung.

- Personalbeschaffung von außen.

Verbindung zur Arbeitsverwaltung, zu Schulen und zu sonstigen Ausbildungsinstitutionen.

Werbemittel. Werbetechniken. Inserate.

Ausleseverfahren.

Intern: Beurteilungswesen, Förderungskartei.

Extern: Prüfung der Bewerbungsunterlagen, Graphologie und Eignungstests, Vorstellungsgespräche, Einschaltung des Fachvorgesetzten, Bestauslese - Normal-

auslese.

Referent: Wofram Tasch, Personalleiter, Fa. Hettlage, Münster.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Personalchefs und andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 500,- F.

Datum: Montag, den 30. März 1981, von 8.30 bis 12.30 Uhr.

Leistungssteigerung und Gewinnmaximierung im Verkauf

Verkaufstraining für den Großhandel – Aufbauseminar

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

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

Programm:

- Welche Marktveränderungen sind in den nächsten Jahren zu erwarten, und wie bereitet sich ein verantwortungsbewußter Verkäufer am besten vor?
- Durch welche persönlichen Arbeitstechniken kann man seine Leistung im Verkauf/Außendienst steigern?
- Kundenstrukturanalyse und Leistungskennziffern Erstellung einer Checkliste zur Gewinnung neuer Kunden, bzw., Intensivierung bestimmter Altkunden.
- Rhetoriktraining für Außendienstmitarbeiter.
- Fehleranalyse im Verkaufsgespräch. Praktische Möglichkeiten guter Rede- und/oder Verhandlungsführung.
- Gestaltung von Gesprächen und Verhandlungen Praktisches Stufentraining Einwandtechniken
- Ist das Verkaufsgespräch primär ein personen- oder ein sachorientiertes Gespräch?
- Was verraten nonverbale Signale? Ausdrucksmittel und Erkenntnisse der K\u00f6rpersprache.
- Wie kann man seine Verhandlungsposition in harten Preisgesprächen beibehalten?
- Erörterung schwieriger Verkaufssituationen aus dem Kreis der Teilnehmer.
- Erarbeitung eines persönlichen Aktionsplanes.
- Rollenspiele und Fallstudien mit anschließender Besprechung.

Referent:

Gerd Rehbock, Betriebs- und Werbeberater, Hamburg.

Teilnehmerkreis:

Inhaber, Verkäufer, Kundenberater, sowie Nachwuchskräfte von Großhandelsbetrieben, welche das Grundseminar "Wie man an Kunden verkauft und neue Kunden gewinnt" ab-

solviert haben.

Teilnahmegebühr:

1.600,- F.

Datum:

Mittwoch, den 1., Donnerstag, den 2. und Freitag, den 3. April 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Größere Verkaufserfolge durch praxisgerechtes Verkaufstraining

Umfassende Warenkenntnisse sind eine notwendige Voraussetzung für den Mitarbeiter im Verkauf.

Bei der Verbesserung der Verkaufsleistung aber geht es um mehr, nämlich den richtigen Umgang mit Kunden. Grundlage dafür ist die Kenntnis der allgemeinen Kundenerwartungen.

Ziel der Veranstaltung ist die Erhöhung der Verkaufsqualifikation durch Kenntnis verkaufspsychologischer Grundsätze und praktisches Training der nachstehenden Stoffinhalte.

Programm:

- Kundenpsychologie (Verkaufspsychologie).
- Kontakt finden.
- Richtige Verhandlungstechnik von verschiedenen Kundentypen (Argumentation und Demonstration).
- Gezieltes Führen eines Verkaufsgespräches.
- Empfang und Begrüßung des Kunden.
- Bedarfsermittlung.
- Warendemonstration.
- Preis-/Nutzen-Relation.
- Einwandbehandlung.
- Abschlußmethoden. - Zusatzverkäufe.
- Verabschiedung.

- Reklamationsbehandlung.

Referent:

Elmar Heinsberg, Betriebswirt (grad.), Unternehmensberater und Trainer, BEE - Köln.

Teilnehmerkreis:

Inhaber, Verkaufsleiter, Verkäufer sowie Familienangehörige von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum:

Technische Branchen.

Montag, den 6. April 1981 und

Dienstag, den 7. April 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Modische Branchen.

Montag, den 25. Mai 1981 und

Dienstag, den 26. Mai 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Struktur und Aussagefähigkeit der Geschäftsbilanz

Am Ende eines jeden Geschäftsjahres haben die Verantwortlichen eines Unternehmens die Geschäftsbilanz vorliegen und versuchen die nötigen Schlußfolgerungen daraus zu ziehen. Dabei soll ihnen dieses Seminar helfen. Mit vorbereitetem Arbeitsmaterial wird eine Reihe von Bilanzpositionen kritisch unter die Lupe genommen. Verschiedene Lösungsmöglichkeiten sind denkbar – welche ist jedoch die richtige ? Fragen der Finanzierung, Liquidität und Rentabilität des Betriebes (und die entsprechenden Auswirkungen) werden unter der Leitung eines Experten erarbeitet.

Programm:

- Die Bilanz: Struktur und Bewertungsvorschriften.

- Die Gewinn- und Verlustrechnung.

Die Bilanzanalyse und Bilanzkritik:

Betriebswirtschaftlicher Deckungsgrad, finanzielle Abhängigkeit, Liquiditätsprüfung, Rentabilität, Kennzahlen.

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

Teilnehmerkreis:

Inhaber und leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben, die nicht über ein ausgeprägtes buchhalterisches Fachwissen verfügen, jedoch aus der Geschäftsbilanz die nötigen Schluß-

folgerungen und Informationen ziehen möchten.

Teilnahmegebühr: 800.- F.

Datum:

Voraussichtlich am 31. März, 2., 7. und 9. April 1981, jeweils von 20.00 bis 22.00 Uhr.

Die finanzielle Führung des Einzelhandelsunternehmens

Die finanzielle Sicherheit ist unerläßlich, wenn der Unternehmer die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit seines Betriebes sichern und weiter ausbauen will. Die Praxis zeigt, daß auf diesem Sektor viel falsch gemacht wird. Wie man es besser macht, resp., wie man eine krisenfeste Finanzierung aufbaut, darauf wird Ihnen in diesem Tagesseminar eine Antwort gegeben.

Programm:

- Analyse der Vermögens- und Kapitalverhältnisse.

BBE-Analyse.
Vergleichswerte.
Kapitalumschlag.
Finanzierungsregeln.

Krisenfestigkeit/Kostengünstigkeit.

Wie beurteile und steuere ich die Liquidität.

Steigender Kapitalbedarf. Interne Finanzierungsquellen.

Kapitalumschlag.

Finanzierung (aus Umsatz, aus Afa, aus Wertberichtigungen, Selbstfinanzierung,

Cash-flow).

Externe Finanzierungsquellen.

Kurzfristige Kredite. Langfristige Kredite.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Montag, den 11. Mai 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Freiberufliche Pensions- und Krankenversicherung

An Hand von praktischen Beispielen erläutert der Referent die Anwendung der bestehenden Gesetzgebung im Bereich der freiberuflichen Pensions- und Krankenversicherung.

In einer anschließenden Diskussion können spezielle Probleme und Fragen von Teilnehmern zur Sprache kommen.

Programm:

Referent:

- Gesetzgebung und Ausführungsbestimmungen.

Anwendung.

- Beispiele aus der Praxis.

- Diskussion.

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

Sachverständiger der Pensionskasse für Handwerker, Geschäftsleute und Industrielle.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Voraussichtlich am 5., 7., 12. und 14. Mai 1981, jeweils von 20.00 bis 22.00 Uhr.

12

CA

Société à responsabilité limitée

SOCIÉTÉ POUR L'INFORMATIQUE COMMERCIALE APPLIQUÉE

34, avenue Guillaume Luxembourg Tél.: 44 27 42

Chers lecteurs.

Notre département courant faible a le plaisir de vous annoncer deux nouvelles représentations, que notre société vient de reprendre pour le G.D. de Luxembourg.

s'agit de deux sociétés qui, dans leurs domaines, comptent parmi les leaders mondiaux, non seulement âce à l'avance technique et la qualité de leurs produits, mais également du point de vue du rapport prixperformance de ces produits.

JEUMONT-SCHNEIDER

Cette société qui fait partie du groupe EMPAIN-SCHNEIDER, fût fondée en 1965. Dès le début, elle s'est spécialisée dans la technologie de l'électronique des télécommunications.

De par sa spécialisation, elle a su garder sa bonne position parmi le champs des constructeurs d'autocommutateurs téléphoniques électroniques, et ce n'est pas par hasard que le JISTEL 31, prédécesseur du JISTEL 35, d'une capacitée maximale de 8 lignes postales et 22 lignes internes, est connu comme l'autocommutateur électronique le plus vendu dans le monde entier.

Disposant aujourd'hui d'une gamme bien étoffée qui va de la toute petite JISTEL 10 (avec 3 lignes postales et 7 appareils internes) au grand modèle des TLC 10 (avec des capacités maximales de 455 lignes postales et de 6.000 postes internes), JEUMONT-SCHNEIDER est devenue un partenaire confirmé dans toutes les questions d'autocommutateurs électroniques.



L'ancienne société Alibiphon est devenue la division «répondeurs téléphoniques» de la société allemande COMPUR, qui est une entreprise de Bayer AG et Carl Zeiss. Bien connue pour la qualité de ses produits, cette société a su prendre son départ pour l'avenir, comme le témoigne par exemple le nouveau répondeur-enrégistreur 385 SL avec interrogation à distance, et avec de multiples fonctions optionnelles tel que contrôle à distance microphoniquement d'un local déterminé (p.ex. chambre d'enfants) ou emploi comme machine à dicter.

Le microprocesseur (pour le spécialiste: un microprocesseur 8 bits MC 6800 de Motorola) avec son programme de contrôle bien étudié, donne à cet appareil une certaine intelligence qui vous garantit un usage efficient, fiable et une sûreté exemplaire. Pour l'interrogation à distance, vous pouvez p. ex. fixer vous-même un code parmi 128 possibles, pour vous protéger au mieux contre une écoute de vos enregistrements par tiers.

En dehors de ce modèle de pointe, nous vous proposons plusieurs modèles d'une gamme complète qui couvre les applications du simple répondeur et du répondeur-enregistreur, ainsi que les applications appareil à dicter, respectivement une synthèse de ces 2 fonctions dans le même appareil.

Pour nous permettre de vous fournir plus d'informations, nous vous prions de nous renvoyer le talon-réponse de la troisième page.

JISTEL 10

mini autocommutateur téléphonique

JEMONT-SCHNEIDER met au service des PME et des particuliers le plus petit des téléphones intelligents: le JISTEL 10.



capacité

Lignes extérieures: 3 Postes intérieurs: 7 Poste opérateur en option Option: 2 faisceaux PTT

le coffret central

Dimensions: 42x35x10 cm3

les postes

Tous les postes agréés par l'Administration (cadran, clavier décimal) sont raccordables à l'autocommutateur.

Ces postes peuvent ou non comporter un bouton de manoeuvre.

caractéristiques

Commutation temporelle avec microprocesseur.

Composants les plus évolués (MOS - TTL)

Quelques caractéristiques d'exploitation

- Appels entre postes intérieurs : numérotion à un chiffre
- Prise directe d'une ligne réseau : composer le 1
- Réception d'un appel réseau : composer le 2 à partir de n'importe quel poste
- Mise en garde: Rétro appel composer le 2 ou action sur le bouton de manoeuvre
- Transfert automatique sur poste libre ou occupé raccrocher après double appel
- Va et vient : composer le 5
- Consultation sur ligne en attente : composer le 6

- Offre en tiers accessible à des postes prédéterminés
- Classes de service:
 2
 Poste autorisé à la prise directe sans discrimination de zone
 Poste interdit à la prise directe
- Spécialisation possible d'une ou plusieurs lignes réseau
- Exploitation sans poste opérateur:
 Les appels entrant font sonner le poste 3 (poste de réponse) ou une sonnerie générale
- Numérotation abrégée:
 10 numéros accessibles de tous les postes

JISTEL 35/40/50/95



Le modèle JISTEL 50 d'une capacité de 14 lignes PTT et de 48 postes internes.

Contrairement à la JISTEL 10, qui a toujours la configuration 3 lignes PTT/7 postes internes, les JISTEL 35/40/50/95 peuvent s'aggrandir avec la société jusqu'à leur capacité maximale indiquée en bas. Les extensions se font par simple adjonctions de cartes à circuit imprimé.

D'une conception récente, ces centraux, pilotés par des microprocesseurs Zilog, offrent toutes les facilités en exploitation, comme l'utilisation d'un catalogue de numéros abrégés utilisable par tous les postes internes, ou la possibilité de connecter une attente musicale. A souligner p. ex. que la JISTEL 40, dernière-née de la gamme peut, en option, mémoriser un catalogue de 100 abrégés.

Modularité de la gamme JISTEL.

Modèle	Lignes PTT max.	Postes internes max.	Dimensions en cm	Poids en kg
STEL 10	3	7	35 x 42 x 10	8,5
35	8	22	45 x 45 x 28	18
40	12	32	33,8 x 56,5 x 28	35,5
50	14	48	33,8 x 56,5 x 28	35,5
95	16	80	33,8 x 64,5 x 28	35,5



	- 1				
e	m	ınte	resse	aux	•

- ☐ répondeurs téléphoniques COMPUR
- ☐ dictaphones COMPUR
- ☐ centraux électroniques JEUMONT-SCHNEIDER
- ☐ télex électroniques TRANSTEL
- ☐ compositeurs TIPTEL
- ☐ interphones CLARSON
- ☐ intercoms NEOPHONE

A envoyer à:

SICAP

Société pour l'Informatique Commerciale Appliquée s.àr.l.

34, avenue Guillaume L-1650 Luxembourg

Expéditeur:

COMPUR

Une entreprise de Bayer A.G. et Carl Zeiss.



Le COMPUR 380 se comporte comme un central de communication infaillible et vous garantit un maximum d'indépendance. Il vous remplace jour et nuit. En votre absence, il répond à tous les appels et avise vos correspondants. Il retient en outre les messages qu'on lui confie – commande,

prix, visite, délai, livraison – et les restitue fidèlement dès votre retour.

Le COMPUR 380 n'est pas beaucoup plus volumineux qu'un poste téléphonique, au-dessous duquel il se place aisément. Il n'emcombre donc pas la surface de travail de votre bureau.

Caractéristiques techniques

Dimensions: 21,0 x 28,0 x 7,3 cm

Poids: 2,4 kg

Tension de service: 110-220 V/50 Hz ou 117 V/60 Hz - nouvelle technique des

transistors

Puissane absorbée: 4,5 W en attente, 15 W max. en service

Temps d'enregistrement par appel: variable, la cassette s'arrête dès que l'appelant raccroche

Accessoires fournis: microphone, 2 minicassettes spéciales pour enregistrement et

message

Version appareil à dicter avec

accessoires spéciaux:

microphone à commande à distance intégrale, interrupteur à

pédale, câble, écouteurs, minicassettes COMPUR

Erfolgreiche Werbung und Verkaufsförderung im Groß- und Einzelhandel

Wirksame Werbung und umsatzanbahnende Verkaufsförderung sind Verkaufshilfen, die sehr oft nur unzureichend genutzt werden. Hier liegen Umsatz- und damit auch Gewinnreserven, die man nicht unterschätzen sollte.

In diesem Seminar sollen nicht nur die Anforderungen und die Voraussetzungen zeitgemäßer Werbung und Verkaufsförderung aufgezeigt, sondern auch die Möglichkeiten der praktischen Umsetzung dargelegt werden. Ein Seminar für den Praktiker, der Anregungen sucht, bzw. in der Lage sein will, seine eigenen betrieblichen Werbeaktivitäten kritischer zu sehen und gegebenenfalls zu verbessern.

Programm:

- Zielsetzung und Einordnung der Werbung und Verkaufsförderung in das Marketing-Instrumentarium.
- Stellenwert der Werbung und der Verkaufsförderung für Ihren Verkaufserfolg.

- Ausgangsdaten für Ihre Werbung und Verkaufsförderung.

- Grundlagen planmäßiger Werbung und erfolgreicher Verkaufsförderung.

- Werbeplanung und Werbeetat.

- Auf welche Gestaltungshinweise kommt es bei bestimmten Werbemitteln an?

- Erfolgreiche Anzeigen und Werbebriefe texten und gestalten.

Gliederungsaspekte und überzeugende Argumentation im Werbebrief.

Worauf bei einer Direktwerbe-Kampagne zu achten ist.
Möglichkeiten und Grenzen der Verkaufsförderung.

- Beispiele möglicher Verkaufsförderungsaktionen auf Handels- bzw. Verbraucherebene.

Vorbereitung und Durchführung von Verkaufsförderungsaktionen.

- Praktische Beispiele und Übungen.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber, Werbeleiter, Verkaufsleiter und andere leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen

des Groß- und Einzelhandels.

Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum: Montag, den 25. und Dienstag, den 26. Mai 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Zweites Semester

Rote Zahlen in der technischen Werkstatt – oder rentabler Dienstleistungsbereich?

Die Werkstatt kostet Geld. In vielen Fällen nagt sie empfindlich an der Unternehmensrendite. Es stellt sich die Frage, ob man rote Zahlen in diesem Bereich als Werbeaufwand hinnehmen soll oder nicht. Jedenfalls sollte ein jeder Betriebsinhaber sich über die Möglichkeiten einer Verbesserung oder einer rentablen Gestaltung Gedanken machen.

Programm:

- Umsatz- und Rendite-Anteile der Werkstatt (ein vergleichender Überblick).
- Bereichsabgrenzung und Leistungskontrolle als Voraussetzung für Verbesserungsmaßnahmen.
- Das Problem der bezahlten und der weiterberechneten Arbeitszeit.
- Die richtigen Stundensätze (Vor- und Nachkalkulation, Zwischenkontrolle).
- Der rationelle Personaleinsatz.
- Kontrolle der Arbeitsleistung.
- Zeitvorgaben und Work-Faktor.
- Die Werkstattorganisation.
- Toureneinteilung.
- Auftragsannahme und -abwicklung.
- Formulargestaltung.Inkassoverfahren.
- Probleme der Fahrgeldabrechnung.
- Möglichkeiten der Leistungssteigerung durch Prämien und Erfolgsbeteiligungen, richtige Mitarbeiterführung.

Referent: Peter Clevenz, Dipl.-Kfm., BBE-Köln.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandels-

betrieben, welche eine Werkstatt unterhalten.

Teilnahmegebühr: 500,- F.

Datum: Montag, den 21. September 1981 von 8.30 bis 12.30 Uhr.

Lohnbuchführung

Programm:

- Zusammenfassung der wichtigsten arbeits- und sozialrechtlichen Bestimmungen, betreffend die Einstellung und Beschäftigung von Arbeitnehmern: Arbeitsvertrag, sozialer Mindestlohn, Sonntags-, Feiertags- und Nachtarbeit, Überstunden, Sozialabgaben, usw.
- Die Lohnsteuer: die verschiedenen Einkommensarten, steuerpflichtiges Einkommen, Bruttobezüge, steuerfreie Bezüge, Sonderausgaben, Werbungskosten, gesetzliche Pflichtbeiträge, außergewöhnliche Belastungen, Arbeitnehmerfreibetrag, Lohnsteuertabelle, Lohnsteuerkarte, Lohnsteuerjahresausgleich, usw.

 In einer anschließenden Diskussion k\u00f6nnen spezielle Probleme und praktische Fragen von Teilnehmern zur Sprache kommen.

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

Referent:

Armand Haas, Simone Folscheid.

Teilnahmegebühr:

800,- F.

Datum:

Voraussichtlich am 22., 24., 29. September, 1. und 6. Oktober 1981, jeweils von 20.00

bis 21.30 Uhr.

Arbeitsrecht

Programm:

- Der Beschäftigungszugang.
- Der individuelle Arbeitskontrakt.
- Das kollektive Arbeitsabkommen.
- Die Arbeitsregelung: Arbeitsdauer, gesetzliche Feiertage, Sonntags- und Nachtarbeit, bezahlter Urlaub.
- Die Arbeitsentschädigung.
- Die Vertretung der Sozialpartner auf der Ebene der sozialberuflichen Kategorie: die Personalvertretung auf Betriebsebene.
- Die Arbeitskonflikte: Schlichtung und Schiedsgericht, Arbeitsgerichtbarkeit, Gewerbeinspektion.
- Die Beschäftigung von Sonderkategorien von Lohnempfängern.
- Die Organisation des Arbeitsmarktes.

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

Teilnehmerkreis:

Inhaber, Personalchefs, sowie leitende Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen.

Teilnahmegebühr:

800,- F.

Datum:

Voraussichtlich 13., 15., 20., 22., 27. und 29. Oktober 1981, jeweils abends von 20.00

bis 21.30 Uhr.

Seminarveranstaltungen für Gastwirte, Hotel- und Gaststättenbesitzer

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

- DIE BESTIMMUNGEN DES SCHANKWIRTSCHAFTSGESETZES Am Montag den 5. Oktober 1981 von 15.00 bis 17.00 Uhr. Teilnahmegebühr: 300,- F.
- DIE BERECHNUNG DES GESTEHUNGSPREISES IN KLEINEN UND MITTLEREN HOTEL-UND BEHERBERGUNGSUNTERNEHMEN.

Am Montag, den 12. Oktober 1981 von 15.00 bis 18.00 Uhr.

Teilnahmegebühr: 500,- F.

- DAS ARBEITSRECHT IM HOTEL- UND GASTSTÄTTENGEWERBE. Am Montag, den 19. und Mittwoch, den 21. Oktober 1981 jeweils von 15.00 bis 18.00 Uhr. Teilnahmegebühr: 750,- F.
- STAATLICHE INVESTITIONSHILFEN FÜR DAS HOTEL- UND GASTSTÄTTENGEWERBE.
 Am Montag, den 26. Oktober 1981 von 15.00 bis 17.00 Uhr.

Die Image-Analyse als Grundlage gezielten Handelsmarketings

Image-Analyse als Verkaufsföderungshilfe für das Fachgeschäft: Wissen Sie, wie die Verbraucher in Ihrem Einzugsgebiet Ihren Betrieb sehen? Kaufentscheidungen werden sehr stark vom Vorstellungsbild beeinflußt. Die Imageanalyse ist der erste Ansatzpunkt zum "Heranführen" bisheriger Nichtkunden.

Programm:

- Untersuchungsumfang.

Preispolitik. Auswahl. Qualität.

Einkaufsatmosphäre.

Sortiment. Werbeerfolg.

- Untersuchungsergebnisse.

Bekanntheitsgrad im Vergleich zu Mitbewerbern.

Einkaufsverhalten von Kunden und Nichtkunden, Präferenzen.

Verbesserungsmöglichkeiten.

Referent: Karl-Heinz Schneider, Dipl.-Kfm., BBE-Köln.

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

Teilnahmegebühr: 500,- F.

Datum: Montag, den 19. Oktober 1981 von 8.30 bis 12.30 Uhr.

Führung einer Verkaufsorganisation im Großhandel

Verkäufer zu führen, wird immer schwieriger. Nicht nur die Anforderungen von seiten des Marktes nehmen zu, auch die Erwartungshaltungen der Mitarbeiter im Außendienst zwingt den Unternehmer, die Führungskräfte zum Umdenken. Auch im Außendienst gilt der Führungsgrundsatz: Der Mitarbeiter will geführt werden.

Neben diesem Führungsanspruch muß auch die Effektivität und die Vorgehensweise des Verkäufers im Außendienst immer wieder überprüft werden. Die Verluste, die durch einen "schlechten Mitarbeiter im Außendienst" entstehen können, sind später sehr schwer zu korrigieren. Wo noch spielt die erforderliche Vertrauensbasis von der Verkaufsleitung zum Außendienstmitarbeiter eine so große Rolle?

In diesem Seminar sollen die Grundlagen einer effektiven und wirtschaftlichen Führung einer Verkaufsorganisation praxisorientiert erörtert werden.

Progrann:

- Benötigt ein Außendienstmitarbeiter unternehmerisches Denken? Welche Probleme können sich hieraus ergeben?
- Welchen Schwierigkeiten ist der Außendienst bei seinen Verkaufsbemühungen ausgesetzt ?
- Kriterien der Zusammenarbeit zwischen Verkaufsleitung und Außendienst Umfang der Kontrolle und des Kontrollverfahrens durch die Verkaufsleitung.
- Möglichkeiten der Unterstützung des Außendienstes durch die Verkaufsleitung.
- Daten und Kennzahlen als Grundlage für die tägliche Arbeit des Außendienstes;
 Notwendigkeit einer Tourenplanung.
- Erstellung der Vertriebskonzeption für die Praxis. Praktische Beispiele einer Absatzplanung.
- Leistungsvorgaben für den Außendienst Wie lassen sich diese ermitteln und wie einführen ?
- Einsatz und Steuerung des Außendienstes.
- Das Anforderungsprofil eines qualifizierten Außendienstmitarbeiters Auswahlkriterien bei der Einstellung bzw. beim Einsatz von neuen Mitarbeitern im Außendienst.
- Notwendigkeit eines Berichtswesens im Außendienst mit praktischen Beispielen Welche Informationen sollte der Außendienst der Verkaufsleitung geben ?
- Motivationsmöglichkeiten im Außendienst Umsatzsteigerung durch Verkäuferwettbewerb?
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen: Werbung, Preispolitik Kostenüberlegung im Außendienst.
- Praktische Beispiele, Gruppenarbeit und Fallstudien.

Referent: Gerd Rehbock, Betriebs- und Werberater, Hamburg.

Teilnehmer: Betriebsinhaber, kaufmännische Leiter, Verkaufsleiter und qualifizierte Nachwuchskräfte, die

für Führungsaufgaben im Vertrieb vorgesehen sind.

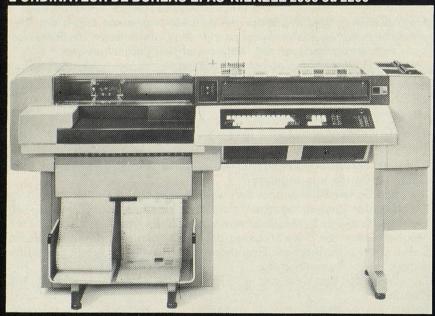
Teilnahmegebühr: 1.200,- F.

Datum: Donnerstag, den 12. und Freitag, den 13. November 1981, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Pour une fraction de salaire,

Toute petite et moyenne entreprise peut confier sa comptabilité, sa facturation et ses stocks à un ami sûr, rapide et efficace.

L'ORDINATEUR DE BUREAU EFAS-KIENZLE 2000 ou 2200



Ets. J. B. Wagners.e.c.s.

Strassen/Luxembourg 230, route d'Arlon – B.P. 18 STRASSEN TEL.: 3108 81

votre partenaire de confiance

KIENZLE

Daten___systeme

Farbe hilft verkaufen

In diesem neuartigen und interessanten Seminar wird besonders auf farbpsychologische Raumwirkung eingegangen und es werden elementare Farbzusammenstellungen angestrebt. Gerade im Bereich der Heimtextilien und der Bekleidungsbranche ist Farbberatung für Fachgeschäfte ein ganz neuer Service, mit dem man sich von Konzernen und vom Versandhandel erfolgreich unterscheiden kann.

Programm: Einzelheiten zum Seminarinhalt werden zu einem späteren Zeitpunkt mitgeteilt.

Referent: Heinz Krugler, Werbeberater und Dozent.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Verkaufsleiter und Verkäufer von Einzelhandelsbetrieben aus den Bereichen Bekleidung,

Farben, Tapeten und Heimtextilien sowie Schaufenstergestalter und insbesondere Raum-

ausstatter.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Montag, den 26. Oktober 1981 von 9.00 bis 12.30 Uhr und

von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wissenswertes über Kredite und Darlehen

Programm: - Der Bankkredit.

Der Kreditantrag: Antragsteller, Bestimmung des Kredites, Betrag, Dauer, Kreditart, Sicherheiten: Wechselbürgschaft (Aval), Bürgschaft, Hypothek, Verpfändung (von Versicherungen, von Geschäftsfonds).

 Die verschiedenen Kreditmöglichkeiten: Kontokorrent-Kredit, Eigenwechsel, Diskontkredit, Finanzierung, persönlicher Kredit, Dokumentenakkreditiv, Investitionskredit (SNCI), Kredit-

karten (carte-chèque), Bausparen.

Der Bankscheck.Der Wechsel.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber und leitende Mitarbeiter aus Klein- und Mittelbetrieben aus allen Unternehmensbe-

reichen.

Teilnahmegebühr: 800,- F.

Datum: Voraussichtlich am 5., 10., 12., 17. und 19. November 1981, jeweils abends von 20.00 bis

22.00 Uhr.

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

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

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

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

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

Weitere Auskünfte können unter der Rufnummer 435853 bei der zuständigen Abteilung der Handelskammer erfragt werden.

Le colporteur peut-il solliciter des commandes auprès de particuliers?

Contrairement aux législations d'autres Etats, la loi luxembourgeoise du 5 mars 1970 concernant le colportage et les professions ambulantes interdit formellement, en son article 8, les sollicitations de commandes auprès de particuliers, c.-à-d. auprès des personnes qui n'emploient pas ces marchandises à des fins professionnelles.

L'esprit qui inspire cette législation consiste à éviter que les particuliers ne soient importunés par des colporteurs, dont ils ne veulent pas.

Il en résulte que cette prohibition ne fera pas obstacle au maintien de l'ancienne jurisprudence d'après laquelle il n'est pas interdit de solliciter des commandes auprès de toutes personnes – donc aussi de particuliers – par lettres ou prospectus imprimés.

De même, il restera permis à un commerçant d'aller voir le client intéressé qui l'aurait invité.

A remarquer qu'un arrêt de la Cour de Cassation du 29 mars 1979 vient de rappeler que l'interdiction de solliciter des commandes vise toute sorte de démarche, qu'elle soit faite d'une manière directe, ou par des voies détournées, en vue d'obtenir des commandes de la part de particuliers qui ne font pas le commerce des marchaindises offertes en vente et qui ne les emploient pas à des fins professionnelles.

La prohibition s'applique notamment à des démarches faites en deux phases dont la première sert à établir le contact avec les futurs clients et la seconde à réaliser au domicile la vente proprement dite de la marchandise.

En l'espèce, la personne poursuivie avait fait réunir un certain nombre de personnes au domicile d'une connaissance dans le but de leur faire la présentation de marmites d'une marque déterminée. A cette fin, elle avait antérieurement confirmé par écrit à la maîtresse de maison le lieu et la date de la réunion et s'était engagée à s'abstenir de toute prise de commandes. Au cours de la démonstration, elle a organisé une tombola. Aussi, demandait-elle aux personnes présentes d'inscrire leur nom sur une fiche devant servir de billet. Un emplacement libre pour l'inscription des noms, adresses et numéros de téléphone était prévue sur cette fiche. Après la démonstration, des rendez-vous ont été convenus avec les participants et les commandes ne furent prises que lors de la visite ultérieure chez les personnes qui avaient accepté de recevoir le colporteur chez elles.

La Cour a estimé que l'activité commerciale incriminée ne constituait en réalité qu'une seule démarche, dont la première phase ne servait qu'à établir le contact avec les futures clientes et la deuxième phase à réaliser la vente proprement dite de la marchandise.

On constate donc en l'espèce qu'au premier stade, à savoir la réunion où furent présentées les marmites, aucune sollicitation ne fut, à proprement parler, effectuée. Bien au contraire, les commandes ne furent formellement sollicités que lors de la visite ultérieure chez les personnes qui, il faut le souligner, avaient accepté de recevoir le colporteur chez elles. On pourrait donc raisonnablement, soutenir que l'initiative émanait, en fin de compte, du particulier qui après tout, a invité le colporteur chez lui aux fins d'y passer, le cas échéant, commande.

La Cour n'a pas admis ce raisonnement et elle a estimé que, tout compte fait, il y a eu sollicitation de commande de la part du colporteur qui, par son initiative, contraire à l'esprit voire même au texte de la loi, – à savoir, en l'espèce, l'invitation chez la connaissance, – déclenchait bel et bien le processus en cause.

Il faut en conclure que nos juridictions appliquent les sanctions portées par la loi du 5 mars 1970 chaque fois que le colporteur prend l'initiative de solliciter, en personne et par toute voie, directe ou indirecte, autre que celles autorisées par le texte et l'esprit de la loi, - hypothèses que nous venons d'ailleurs de signaler -, une commande auprès de particuliers, que ce soit à leur domicile ou ailleurs. Aussi, en vertu de notre jurisprudence, un colporteur, qui, sans solliciter expressément une commande, se limite à remettre un prospectus à un particulier qui ne l'a pas invité, sera passible des sanctions visées par la loi.

Quant à l'apport direct des marchandises, c'est-à-dire le procédé où le producteur ou grossiste qui, licitement, est allé obtenir une commande auprès d'un détaillant, exécute cette commande sur-le-champ en retirant p. ex. les marchandises commandées de sa camionnette, il importe de relever que, sous la législation antérieure, le Parque faisait généralement poursuivre les négociants qui usaient de cette pratique. Les tribunaux de police n'étaient cependant pas uniformes et certains prononçaient en l'occurence des acquittements.

L'article 8 lainéa 2 qui constitue le droit positif actuel en la matière, ne permet aux commerçants d'emporter avec eux lors de la collecte de commandes que des échantillons et/ou des modèles. Toutefois et par exception à cette règle, l'apport direct de denrées alimentaires et marchandises à déterminer par règlement d'administration publique est autorisée.

Dans ce contexte, il convient toutefois de noter que, par exception à la
règle générale, la vente ou l'offre de
vente dans les rues et places publiques
des produits de la terre, des jardins
et vergers ainsi que de journaux, est
exclue du champ d'application de la loi.
Il en résulte que la sollicitation de commandes relatives à ces produits n'est
pas prohibée.

Enfin, en ce qui concerne les sanctions des contraventions à la législation relative au colportage, on remarquera que l'article 16 de la loi prévoit l'emprisonnement d'un à 7 jours ainsi que l'amende 10.000 francs à 150.000 francs ou d'une de ces peines seulement.

Les marchandises qui font l'objet de la contravention pourront être confisquées, quel qu'en soit le propriétaire, sauf en cas d'acquisition par un tiers.

Si elles n'ont pas été saisies, le délinuant pourra être condamné à en payer la valeur.

Sur le plan du droit civil, une vente réalisée en contravention à la loi sur le colportage est appréciée de façon divergente par notre purisprudence.

En effet, d'après un arrêt de la Cour du 19 décembre 1913, rendu sous l'ancienne législation, l'opération civile ou commerciale conclue à la suite du colportage était reconnue valable au motif que le texte de l'époque (tout comme celui d'aujourd'hui) ne prévoit aucune saction civile.

Par contre, en vertu d'un arrêt plus récent de la Cour du 17 novembre 1931, la vente de marchandises qui a eu lieu en contravention à la loi sur le colportage (étant illicite comme violant une loi de police), est considérée comme nulle et inexistante. En conséquence, la demande en exécution d'une pareille vente serait irrecevable.

Der Österreicher als Konsument

Die «Vereinigung zur Förderung des Inlandabsatzes österreichischer Erzeugnisse» wollte es ganz genau wissen: nämlich das Konsumverhalten von Herrn und Frau Österreicher, weshalb die Institute Fessel + GfK und IFES beauftragt wurden, repräsentative Konsumentenumfragen durchzuführen. Interessant sind die Ergebnisse dieser Durchleuchtung, vor allem das Grundmuster der Konsumeinstellung, das sich wie folgt darstellt.

- zu 81% eher Freude an unauffälligen Produkten
- zu 78% eher teurere, dafür länger haltbare Produkte
- zu 74% zuerst sehen, ob die anderen zufrieden sind
- zu 73% eher Zeitloses statt Modisches
- zu 70% eher Freude an Bewährtem statt Originellem
- zu 81% eher Freude an inländischen Produkten.

Der Österreicher ist also auch als Konsument überaus konservativ, kaum risikofreudig und wählt die Waren nach seinem bewährten Lebensmotto «Nur net auffallen!»

Aufschlußreich ist auch das Informationsverhalten der Konsumenten: In erster Linie informieren sich die Österreicher durch Kaufhaus- und Schaufensterbummel sowie durch das Studium von Katalogen, wobei sich jüngere Käufer intensiver informieren als ältere.

Der Österreicher ist also auch beim Einkauf vorsichtig: Zuerst eingehend informieren, dann kritisch kaufen - am liebsten hohe Qualität zu einem angemessenen Preis, wobei österreichische Qualität bevorzugt wird. Ein besseres Zeugnis hätte man dem Österreicher als Konsument wohl kaum ausstellen können.

Quelle: Internationale Wirtschaft Österreichischer Wirtschaftsverlaf, Wien

Accord bilatéral de transport routier Norvège - Luxembourg

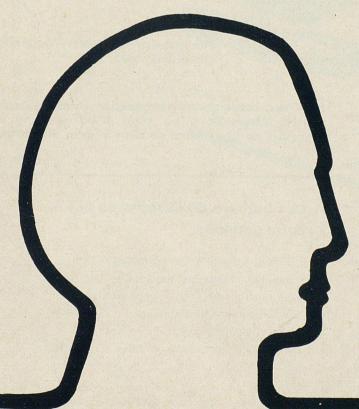
Le 4 janvier 1981 est entré en vigueur l'accord de transport routier de marchandises et de personnes entre le Royaume de Norvège et le Grand-Duché de Luxembourg, accord signé à Luxembourg, le 20 octobre 1980.

Cette convention, dont le texte intégral sera publié dans le prochain numéro de notre bulletin d'information, a pour but de promouvoir les transports internationaux par la route entre les deux pays signataires et de faciliter, en outre, la circulation en transit dans les deux Etats respectifs.

Dans ce même contexte, il est porté à la connaissance des entreprises intéressées qu'une nouvelle réglementation concernant les poids maxima par essieu et les longueurs maxima des véhicules autorisés à circuler sur les routes nationales en Norvège est entrée en vigueur à partir du 1er janvier 1981.

Pour des raisons d'ordre technique, il n'est pas possible de reproduire dans notre bulletin la carte routière spéciale de la Norvège qui visualise l'application des nouvelles dispositions sur les différents trançons de route. Aussi, les entreprises intéressées sont-elles priées de bien vouloir consulter la documentation y relative, qui est tenue à leur disposition à la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, à Luxembourg-Kirchberg.

Pour la micromation à visage humain



vos archives sur MICROFILM! vos publications sur MICROFILM! vos catalogues sur MICROFILM! vos fichiers sur MICROFILM! vos éditions informatiques sur MICROFILM! votre documentation sur MICROFILM! etc., etc.

NOUS VOUS PROPOSONS DE FAIRE LE POINT

- LUXEMBOURG

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE DE SERVICE ET DE GESTION

21-25, allée Scheffer Luxembourg - Tél. 20316 et 20122

Foires et expositions 8

Internationale Messe für Haushalts-

groß-, Elektrokleingeräte und Zubehör.

Exposition internationale de Tourisme

Freizeit mit Reisen, Garten, Selbstbau-

bootsausstellung, Do-it-yourself Ver-

Inernationale Eisenwarenmesse, Werk-

zeug, Schloß + Beschlag, Heimwer-

8. Internationale Fachmesse für Uhren,

Schmuck, Edelsteine und Silberwaren

mit zugehörigen Fertigungs- und Be-

braucherausstellung für Heimwerker.

Salon international du jouet.

et Voyages.

Paris

Hamburg Freizeit

kerbedarf.

München Inhorgenta

triebseinrichtungen.

Fé	évrier 1981	16.2 21.2.81	Utrecht Internationale Fachmesse für Hei- zungs-, Kälte- und Klimatechnik.
1.2 4.2.81	Zürich Ornaris Einkaufsmesse für Wohndesign, Kunst- gewerbe und Boutique-Mode.	19.2 23.2.81	Stuttgart Mehana Fachausstellung für das metallverarbei- tende Handwerk.
2.2 6.2.81	Köln ISM Internationale Süßwassermesse.	21.2 25.2.81	Frankfurt Internationale Frankfurter Messe.
5.2 11.2.81	Nürnberg Internationale Spielwarenmesse mit Fachmesse Modellbau, Hobby und Basteln.	21.2 1.3.81	Nürnberg Freizeit Boote-, Caravan-, Camping- und Touri- stik-Ausstellung, Hobby und Garten.
7.2 10.2.81	Paris Salon international de l'industrie de la	21.2 24.2.81	Offenbach Internationale Lederwarenmesse.
7.2 10.2.81	maille. Paris SEHM	21.2 1.3.81	Basel 7. Baumaschinenmesse.
	Salon international de l'Habillement Masculin.	22.2 24.2.81	Köln Internationale Herren-Mode-Woche.
7.2 10.2.81	Paris Salon international de la Mode Enfantine.	26.2 1.3.81	München Ispo-Frühjahr
7.2 11.2.81	Frankfurt Musikmesse Frankfurt, Internationale Fachmesse, Musikinstrumente, Musik- zubehör, Musikverlage.	27.2 1.3.81	14. Internationale Sportartikelmesse.SalzburgSouvenirInternationale Fachmesse, Souvenirs,
8.2 15.2.81	Utrecht Kreatief		Reiseandenken, Kunsthandwerk und -gewerbe, Gebrauchskunst.
0.2 13.2.81	Ausstellung für Freizeitausrüstung. Zürich Airmec Internationale Ausstellung für Flugzeugwartungstechnik.	28.2 3.3.81	Grenoble SIG Internationale Messe für Wintersport- artikel und -mode.
1.2 14.2.81	Köln Demotechnica	Pour tous rense	gnements complémentaires et pour

15.2. - 18.2.81

Paris

Salon international de la confiserie,

chocolaterie, biscuiterie.

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

La Chambre de Commerce est à votre service:

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

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

10

11.

14.2. - 22.2.81

14.2. - 20.2.81

14.2. - 22.2.81

14.2. - 17.2.81

14.2. - 17.2.81

Kaufen Sie nicht diesen Toshiba-Bestseller...



Carences budgétaires en défaveur des professions commerciales

RESOLUTION

de la Confédération du Commerce Luxembourgeois

La Confédération du Commerce Luxembourgeois, en tant qu'organisation professionnelle représentative de près de 5.000 entreprises commerciales occupant 26.000 personnes, soit environ 17% de la population active du pays,

- après avoir décelé, avec regrets, dans le projet de budget pour 1981 un retour à la pratique antérieure, laissant les crédits budgétaires pour les classes moyennes à nouveau sensiblement en retrait par rapport à la norme d'augmentation générale (8,7 c/11,8%);
- ayant, d'autre part, pris note avec satisfaction de l'observation contenue dans l'avis du Conseil d'Etat sur le projet de budget de l'exercice 1981, insistant «sur le problème né en matière de crédits d'équipement au niveau de la SNCI du fait du rétrécissement de la marge de manœuvre de celle-ci» et faisant douter que les crédits budgétaires actuels permettent un refoulement des moyens de la SNCI, mesure jugée «pourtant indispensable à la poursuite d'une action éminement bénéfique pour l'économie nationale»;
- après avoir, en outre, pu relever dans le rappport de la Commission des Finances et du budget de la Chambre des Députés que celle-ci partage l'avis du Conseil d'Etat quand il s'étonne notamment «que les subsides pour la promoion professionnelle des secteurs des classes moyennes soient partiellement transférés au profit de la Chambre des Métiers et au détriment de la Chambre de Commerce», ladite commission se joignant à l'avis du Conseil d'Etat et demandant le rétablissement de la situation antérieure:
- craignant vivement, dès lors, que le secteur des classes moyennes, dont en particulier les 5.000 entreprises commerciales, auxquelles il faut ajouter, dans le cercle des ressortissants de la Chambre de Commerce, les quelque 2.400 entreprises de l'hôtellerie, de la restauration et autres débits de boissons, ne fasse dès maintenant les frais

de restrictions arbitraires dans l'allocation des crédits budgétaires,

en conséquence,

- fait part au gouvernement, dans le contexte budgétaire de l'année 1981 et des années subséquentes, des vives inquiétudes et de la réprobation manifestée au regard, d'une part, de l'absence de toute allocation permettant le refinancement des crédits d'équipement de la S.N.C.I. et, d'autre part, de l'amputation unilatérale et injustifiée du subside versé par le département des classes moyennes au service de promotion professionnelle de la Chambre de Commerce;

en conclusion.

- demande instamment au gouvernement, vu l'évolution périclitante des moyens disponibles de la SNCI, de mettre sans délai en œuvre, par la voie des amendements budgétaires ou par toute autre mesure concrète, les modalités de refinancement itérativement proposées par la Chambre de Commerce, à savoir l'inscription de crédits budgétaires au titre de dotations en capital et de bonifications d'intérêt ou, à défaut, la reprise de la pratique du dépôt spécial à taux réduit de la trésorerie de l'Etat, ceci conformément aux assurances données par le Président du Gouvernement à une délégation des milieux professionnels le 22 mai 1980;

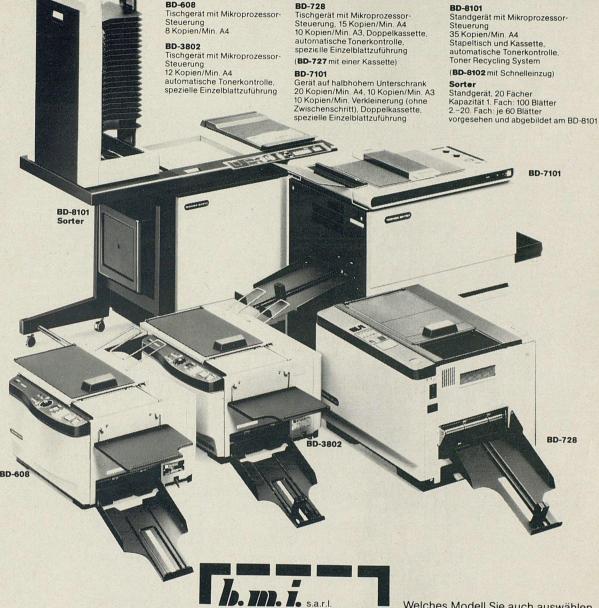
- proteste énergiquement contre la pénalisation unilatérale et arbitraire du service de promotion professionnelle et d'assistance technique de la Chambre de Commerce, ceci au mépris de la déclaration gouvernementale du 24.7.1979 promettant, à l'égard des classes moyennes, que «la formation technique et économique des chefs d'entreprise sera renforcée et encouragée», et
- insiste dès lors que le législateur a confié de nouvelles charges à ce service par la formation professionnelle des transporteurs et la formation accélérée des tenanciers de débits - sur le rétablissement de critères d'appréciation équitables devant permettre l'amélioration graduelle de l'aide attribuée à ce service et, dans l'immédiat, son adaptation aux besoins existants. l'opération d'amputation incriminée textuellement dans le rapport de la Commission des Finances et du Budget paraissant, au demeurant, de nature à vouloir intentionnellement susciter l'envie et semer la discorde à l'intérieur d'un même groupe socio-professionnel.

La Chambre de Commerce est à votre service:

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



bevor Sie alle anderen rer gesehen haben.



Toshiba hat ein umfassendes neues Kopierer-Sortiment für alle erdenklichen Ansprüche. Ein Kopierer für Sie ist garantiert dabei. Die Vielfalt ist groß:

- Tischmodelle oder Standgeräte mit hoher Kopierleistung
- 8 bis 35 Kopien pro Minute
- A5- bis A3-Format
- Verkleinerungen
- Einzel- oder Doppelkassette und Einzelblattzuführung

5, rue de l'Industrie LUXEMBOURG Tél.486272 - 489293 Bp 1361 Wir wünschen umgehend ausführliche Informationen. ☐ Kopierer ☐ Taschenrechner ☐ Tischrechner ☐ Diktiergeräte

Adresse

Welches Modell Sie auch auswählen, Sie erhalten die herausragende Toshiba-Technologie:

- Echtes Normalpapier mit Trockentoner (60 bis 120 g/m²) Automatische Tonerkontrolle
- Eingebauter Mikroprozessor für beispiellosen computerkontrollierten Bedienungskomfort
- Kopien auf (farbigen) Overhead-Folien, Aufklebe-Etiketten, Transparentaufklebern Machen Sie keinen Kompromiß prüfen Sie zunächst Toshiba.

Toshiba Kopierer. Wir haben den richtigen für Sie.

Vous êtes au centre de nos préoccupations

Traditionnellement banque de dépôt et d'épargne pour des générations de clients luxembourgeois et étrangers, nous voulons accentuer encore davantage nos interventions dans le domaine international. Nous sommes en tant que membre associé d'ABECOR, le plus important groupe bancaire du monde, en mesure

de vous proposer toutes facilités pour vos opérations avec l'étranger. Venez et mettezvous au centre de nos préoccupations.

50 agences au Grand-Duché. Représentations à New York et Singapour.



société anonyme fondée 1856 Luxembourg boulevard Royal, 2 tél. 4 79 11