

MerKUR DE LETZEBURGER

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

Hände weg von den Straßentransportunternehmen !

Der Grund aus dem Gütertransporte durchgeführt werden, ergibt sich daraus, daß sich die Güter an einem bestimmten Ort befinden und an irgend einem anderen benötigt werden. In diesem Sinne erfüllt der Transport die Funktion der Raumüberwindung, deren Notwendigkeit aus der räumlichen Verteilung der ökonomischen Tätigkeiten entsteht.

Um den Beförderungserfordernissen gerecht zu werden, bedarf es Unternehmen, deren Tätigkeit darin besteht Transportleistungen zu erbringen.

Wichtig ist jedoch zu bemerken, daß der Verkehr keine homogene Dienstleistung darstellt, da die Nachfrage eine variable Größe ist, die von einer Vielzahl von Nachfragefaktoren abhängt. Letztere wiederum ergeben sich aus der Natur der zu befördernden Waren, den geographischen Begebenheiten der zu verbindenden Orte, sowie den wirtschaftlichen Erfordernissen. Mithin muß die Nachfrage die verschiedenen Merkmale wie Geschwindigkeit, Sicherheit oder Verlässlichkeit in Erwägung ziehen.

Die Fähigkeit, die verschieden zusammengesetzten Transportleistungen zu erfüllen, ist nicht für jeden Verkehrsträger die gleiche. Jeder Träger, sei es die Straße, die Bahn, die Luft oder das Wasser, hat seine Eigenart, das heißt: jedes dieser Verkehrsmittel hat komparative Vorteile in diesem oder jenem Bereich des Warentransportes. Insofern besteht zwischen den verschiedenen Transportmitteln nur eine begrenzte Substitution was ja wohl auch die wichtigste Erklärung für ihr Gedeihen nebeneinander sein dürfte.

Die Transportpolitik, die den Interessen aller impliziten Parteien sowie der gesamten Wirtschaft entspricht, muß dieser strukturellen Diversität der Nachfrage sowie des Angebotes Rechnung tragen.

Eine durchdachte, die Komplexität des Transportsektors respektierende Verkehrspolitik ist dementsprechend von nationalem Interesse. Desto erstaunlicher mutet der zur Diskussion stehende Gesetzesentwurf an, welcher dem Staate die Möglichkeit geben soll, durch großherzogliches Reglement einen Teil des Gütertransportes von der Straße auf die Bahn zu verlegen. Dies soll ausgerechnet zu einem Zeitpunkt geschehen, wo gerade auf europä-

ischer Ebene alles versucht wird in dem von Monopolen, Gesetzen und Verordnungen gespickten Verkehrssektor, die Marktmechanismen wieder vorteilhafter zur Geltung zu bringen.

Träte dieser Gesetzesentwurf in Kraft, so hätte dies weitreichende negative Folgen für die gesamte Luxemburger Wirtschaft.

Unternehmen die im Straßentransport von Waren tätig sind, müßten in einer konstanten Unsicherheit wirtschaften, nicht wissend welche Warentransporte in Bälde durch Dekret ihrem Bereich entzogen werden könnten. Sie könnten von heute auf morgen einen Teil ihres Marktes und ihre Arbeiter ihren Arbeitsplatz verlieren.

Die Benutzer müßten mit höheren Transportkosten rechnen, da in Folge der unmöglich gewordenen Substitution zwischen Verkehrsmitteln, die Eisenbahn straflos die Tarife erhöhen könnte. Die mehrheitlich ausländischen Kunden unserer Exportwirtschaft wären jedoch kaum bereit diese durch ein Monopol bedingten höheren Kosten zu tragen, zumal sie ohne Schwierigkeiten auf andere ausländische Lieferanten zurückgreifen könnten. Des weiteren ist zu bemerken, daß viele dieser Kunden aus technischen Gründen keine Lieferung per Bahn annehmen könnten. Sie dazu zu zwingen wäre natürlich auch unmöglich, da ein gleichartiges Gesetz im Ausland nicht zur Debatte steht. Eine globale Kosten- und Nutzenrechnung ergibt, daß dieses Gesetz, würde es verabschiedet, der luxemburgischen Wirtschaft großen Schaden zufügen würde.

Es ist unvorstellbar, daß in Luxemburg ein Gesetz gestimmt werden soll, dessen erklärtes Ziel es ist, ein Unternehmen, sprich die Eisenbahn, auf Kosten der gesamten Wirtschaft zu sanieren und daß zu diesem Zweck auf Zwangsmaßnahmen zurückgegriffen wird, die weder mit den im Grundgesetz geltenden Prinzipien des freien Marktes, des freien Wettbewerbs sowie der freien Wahl des Transportmittels, noch mit dem in den europäischen Verträgen vereinbarten Prinzipien der freien Dienstleistungen vereinbar sind.

Die Handelskammer kommt demnach nicht umhin ein kategorisches Nein zu diesem Gesetzesprojekt auszusprechen. Es bleibt nur die Hoffnung, daß schlußendlich die ökonomische Vernunft siegen wird.

Communiqué

Commission restreinte transporteurs-usagers

La commission restreinte des transporteurs et entreprises usagères des transports, instaurée auprès de la Chambre de Commerce pour traiter des problèmes tarifaires et autres questions intéressant les deux parties dans le contexte de l'activité de transport, s'est réunie le lundi, 13 janvier 1986 pour examiner le **projet de loi sur la répartition des transports de marchandises entre les chemins de fer et les transports routiers.**

A l'issue de la réunion, la commission, représentative de l'ensemble des transporteurs et entreprises usagères ressortissant à la Chambre de Commerce, a été unanime à retenir ce qui suit :

- rejet en bloc du projet de loi, d'où discussion limitée au fond
- projet anti-économique nuisible
- * aux intérêts des entreprises usagères dont la compétitivité souffrira par la perte du libre choix du moyen de transport le plus avantageux
- * aux intérêts des transporteurs qui perdront des parts importantes de marché

* à la position concurrentielle de l'ensemble de l'économie nationale vis-à-vis de l'extérieur

* aux grands agrégats économiques que sont la croissance, l'emploi et les finances publiques subissant l'effet d'une baisse des recettes fiscales

- refus de la philosophie interventionniste inspirant le projet
- projet contraire à l'intérêt général, en tant qu'il favorise unilatéralement le rail
- projet à l'opposé de la politique européenne des transports et aux dispositions des Traités internationaux.

Anvers : son port

Au cours d'une séance d'information organisée le mardi 3 décembre 1985 au Cercle municipal à Luxembourg, ASSIPOINT, l'Association des Intérêts Portuaires d'Anvers a présenté à un public nombreux l'éventail des possibilités du port d'Anvers.

Dans leurs discours les représentants anversoïses, dont M. J. DEVROE, échevin du port, ont informé l'assistance sur l'évolution du courant de marchandises.

Le courant de marchandises peut être scindé en 38 millions de tonnes de marchandises diverses et 52 millions de tonnes de marchandises en vrac.

30% du trafic de marchandises diverses est conteneurisé ce qui représentait en 1984 1.260.000 EVP (1) ou unités de conteneur.

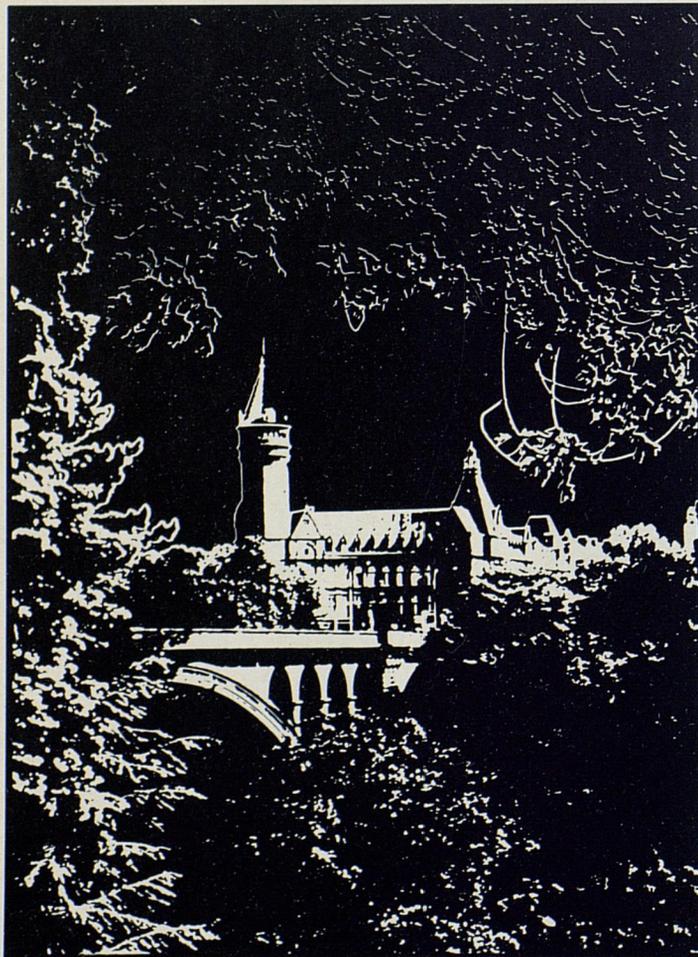
Anvers charge plus de marchandises diverses à haute valeur que n'importe quel autre port de l'Europe occidentale.

Comme le Luxembourg n'a pas d'issue sur la mer, cette fonction est assurée notamment depuis l'institution de l'UEBL en 1921 - donc depuis bientôt 65 ans - par le port d'Anvers qui est pour le Luxembourg la porte d'entrée et de sortie pour ses approvisionnements et pour sa production notamment industrielle, a rappelé dans son intervention M. Emmanuel TESCH, Président de la Chambre de Commerce.

Corrigendum - Merkur 9/85, Seite 9, Dossier.

Gesamter EH-Umsatz mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren

- = Umsatzvolumen des Lebensmittelhandels
- Exportvolumen und Großhandel
- Nicht-Lebensmittelumsatz der gesamten Branche
- + Lebensmittelumsatz der anderen Einzelhandelsbranchen
- + Lebensmittelumsatz der HORESCA-Betriebe
- + Einzelhandelsumsatz im Lebensmitteleinzelhandel der Großhandelsbetriebe
- + Einzelhandelsumsatz der Lebensmittelindustrie
- + Einzelhandelsumsatz der Kellereigenossenschaften



Votre succès
dépend beaucoup
de l'efficacité
de votre
partenaire bancaire.

Nous sommes
à votre service.

**CAISSE D'EPARGNE
DE L'ETAT
LUXEMBOURG** BANQUE
DE L'ETAT

Fortbildungsseminare der Handelskammer

Programm 1986

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

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

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

Auf den nachfolgenden Seiten wird das Seminar- und Konferenzprogramm für 1986 in chronologischer Reihenfolge vorgestellt. Neben neuen Themen, die sich aus der täglichen Entwicklung ergeben, ist die Wiederholung solcher Veranstaltungen vorgesehen, die, vom Inhalt her, immer aktuell bleiben (z.B. Wettbewerbsrecht, Preisreglementierung, Niederlassungsrecht, Arbeitsrecht usw.). Desweiteren werden Seminare wiederholt, für die, durch ihre große Resonanz, nicht alle angemeldeten Interessenten bei der ersten Durchführung Zugang gefunden haben.

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

Zusätzliche Auskünfte erteilt gern die Fortbildungsabteilung der Handelskammer.

Erstes Semester

Was müssen Führungskräfte von Bilanz und Erfolgsrechnung wissen ?

Eine Bilanz sollte für Führungskräfte nicht ein „Buch mit sieben Siegeln“ sein ! Führungskräfte müssen wissen, welche gestaltenden Einfluß sie auf den Jahresabschluß nehmen können. Dazu ist die Kenntnis der wichtigsten bilanzpolitischen Zusammenhänge notwendig.

Dem immanenten Ziel, der Sicherung des Unternehmens vor äußeren und inneren Gefahren, dient die Erzielung einer angemessenen Rendite bei gesicherter Liquidität !

- Programm :**
- Welche Bilanzierungsgrundsätze sind zu beachten ?
 - Gliederung und Inhalt der Bilanzpositionen.
 - Wie ist die Gewinn- und Verlust-Rechnung aufgebaut ?
 - Welche Anforderungen an den Jahresabschluß stellt die 4. EG-Richtlinie ?
 - Anlagenrechnung und Abschreibungsproblematik.
 - Wie können Warenvorräte (Handelswaren) bewertet werden ?
 - Welche Möglichkeiten zur Bildung stiller Reserven gibt es ?
 - Wie beurteilt man die Kapital- und Vermögensstruktur eines Unternehmens ?
 - Finanzwirtschaftliche Kennziffern.
 - Ermittlung von kapitalbezogenen Rentabilitätskennziffern.

Referent : Dr. Gerhard DORN, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Wiesbaden (BRD).

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer und qualifizierte Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, die ihre Kenntnisse vertiefen, gegebenenfalls auch besondere Fragen beantwortet haben wollen.

Teilnahmegebühr : 1.000.- Franken.

Datum : Montag, den 17. Februar 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Seminarreihe – Kaufmännische und betriebliche Praxis

In dieser Seminarreihe erhalten die Teilnehmer die Möglichkeit sich einen fundierten Einblick in wichtige Themengebiete der betrieblichen und kaufmännischen Praxis zu verschaffen. Im Vordergrund stehen dabei Fragen

- * der Güterwirtschaft,*
- * der Kapitalwirtschaft und*
- * der Informationswirtschaft,*

die jeweils in einem Tagesseminar abgehandelt werden. Auch wenn man bei der Seminarkonzeption davon ausgegangen ist, die drei Veranstaltungen als ein Ganzes zu betrachten, so besteht jedoch ohne weiteres die Möglichkeit, je nach Interesse, die verschiedenen Seminare einzeln zu besuchen.

Ziel der Seminarreihe soll es sein, die Anwendungsmöglichkeiten moderner Planungs-, Steuerungs- und Kontrollmethoden zum Zwecke der Ergebnissicherung oder -verbesserung kennenzulernen. Außerdem sollen die Teilnehmer zusammen Probleme und Erfahrungen im Unternehmen diskutieren und den Einsatz von Personal-Computern beurteilen.

Teil I – Güterwirtschaft * Dienstag, den 4. Februar 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

- Beschaffung (Preis- und Wertanalyse, Bedarfsermittlung, Bestandsführung, Einkauf, Lagerhaltung).
- Absatz (Marktforschung und -prognose, Produktlebens-Zyklen, Portfolio-Technik, Einsatz marketingpolitischer Instrumente).

Teil II – Kapitalwirtschaft * Montag, den 3. März 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

- Ermittlung des Kapitalbedarfs.
- Messung der Innenfinanzierungskraft.
- Leasing und Factoring als Kapitalersatz.
- Beteiligungsfinanzierung in Abhängigkeit von der Rechtsform.
- Fremdfinanzierung von außen.

Teil III – Informationswirtschaft * Montag, den 12. Mai 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

- Kosten- und Leistungsrechnung.
- Budgetierungs- und Kennzahlensysteme.
- Strategisches und operatives Controlling.

Referent: Prof. Dr. Klaus ZIEGENBEIN, Fachhochschule Trier.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer sowie Führungs-, Fach- und Nachwuchskräfte aus mittleren und großen Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 1.000.- Franken pro Seminartag.

Niederlassungsrecht

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

Programm:

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

Teilnehmerkreis: Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr: 750.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 20., 25. und 27. Februar 1986, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Gedächtnis und Konzentration in der Rhetorik und Verhandlungsführung

Wer ist im Wirtschaftsleben bei Verhandlungen und Führungsgesprächen der Stärkere? Immer der, der souverän mit Daten, Fakten und Wissen aufwarten kann und dadurch allen zeigt, daß er die Zusammenhänge voll übersieht. Er wird schnell als kompetent und urteilsfähig anerkannt. Sein Wort gilt.

Ein präzises und zuverlässiges Gedächtnis und eine hohe Konzentrationsfähigkeit ist für jeden Verantwortlichen entscheidend wichtig. Deshalb lohnt es sich, systematische Methoden zur Steigerung der geistigen Leistung zu beherrschen.

Die Teilnehmer an dem Seminar werden von diesem neuen methodischen Wissen und Können nachhaltig in der Rede und Verhandlungsführung profitieren. Nach der Teilnahme können sie wesentlich mehr Informationen in ihrem Gedächtnis speichern, und zwar jederzeit mit direktem Zugriff. Sie gewinnen die für die freie Rede und Argumentation notwendige Sicherheit. Sie stärken ihre Position in Gesprächen mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern und steigern insgesamt ihre Persönlichkeitswirkung.

- Programm :**
- Die Zauberkraft des Gedächtnisses
 - * Ein Beispiel für Wirksamkeit und Zuverlässigkeit des Verfahrens.
 - * Das Geheimnis der Gedächtnis- und Konzentrationstechnik in der klassischen Memo-technik.
 - Die klassische Gedächtnistechnik
 - * Darstellung des klassischen Verfahrens.
 - * Wie kommt man zu einem überdurchschnittlichen Gedächtnis?
 - * Mehrere Beispiele für die praktische Anwendung.
 - * Das Ortsgedächtnis kann man ausnutzen.
 - * Der Gedankengang als die Ordnung der Informationen.
 - Das aktive Gedächtnis in der Rhetorik.
 - * Wirksame Gedächtnisstützen für das freie Reden.
 - * Bilder und Symbole sorgen für Anschaulichkeit und Farbe.
 - * Moderne deutsche Idiomatik.
 - * Anregungen und Ideenspender für das lebendige Sprechen.
 - * Änderungen des Konzeptes kurzfristig bewältigen.
 - Überzeugen Sie mit Ihren Argumenten.
 - * Wirksames Argumentieren und diplomatisches Überzeugen.
 - * Situationsgerechter Beginn und zielgerichteter Gedankengang.
 - * Schlußfolgern ohne Brüche und Schwachstellen.
 - * Im Gespräch den Überblick behalten.
 - Besondere Merkverfahren.
 - * Die Kettentechnik, Vor- und Nachteile, Anwendungsmöglichkeiten.
 - * Das lebendige Alphabet : Die Assoziationen gelingen immer !
 - * Tages- und Monatsbilder.
 - * Der Kalender im Kopf.
 - * Termine und Geheimzahlen (Zum Beispiel PIN) ohne Papier merken.

Referent : Dieter WILHELM, Dipl.-Kfm., Kinkel (BRD)

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer und Führungskräfte von Industrie- und Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 3.000.- Franken.

Datum : Mittwoch, den 19. Februar 1986 von 14.00 bis 18.00 Uhr, sowie
Donnerstag, den 20. und Freitag, den 21. Februar 1986, 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.

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 : 750.- Franken.

Datum : voraussichtlich am 4. und 6. März 1986, jeweils von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Wie Sie an Ihre Kunden besser verkaufen und Neukunden gewinnen können

Verkaufstraining für Außendienstmitarbeiter im Großhandel – Grundseminar

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

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

Deshalb ist es für jeden Unternehmer wichtig, sich einmal Gedanken über die Qualifikation seiner Verkaufsmitarbeiter (Innen- und Außendienst) zu machen. Sind alle den gestiegenen Anforderungen gewachsen?

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

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

Referent : Gerd REHBOCK, Verkaufstrainer, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Verkäufer und Kundenberater sowie Nachwuchskräfte aus allen Verkaufsbereichen des Großhandels, die Kunden besser beraten und mehr verkaufen wollen.

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Montag, den 24. und Dienstag, den 25. Februar 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Staatliche Investitionshilfen für den Groß- und Einzelhandel

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

Referent : Experte der Handelskammer und Mitglied der staatlichen Gutachterkommission.

Teilnehmerkreis : Betriebsinhaber und ihre leitenden Mitarbeiter.

Teilnahmegebühr : 500.- Franken.

Datum : Dienstag, den 11. März 1986, von 20.00 bis 22.00 Uhr.

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.

Umsatzerfolge durch aktive Schaufensterwerbung

Mit Schaufenstern werben, die Kunden bringen

Heute sucht der Kunde entweder den radikal tiefsten Preis, oder er sucht das zuverlässig Beste an Qualität und Service.

Einzelhändlern, Spezialisten und Fachgeschäften, aber auch Dienstleistungsbetrieben, die dem Kunden über den Preis hinaus bedeutende Vorteile zu bieten haben, stehen jedoch für Werbung allgemein nicht die Mittel zur Verfügung, die Produzenten oder Großbetriebe des Handels einsetzen können.

Das aber ist auch nicht nötig. Denn mittelständische Einzelhandelsunternehmen haben – ausreichende Passantenfrequenzen vorausgesetzt – ein Werbeinstrument, das Zeitungsanzeigen, Funkdurchsagen und Fernsehspots der Großbetriebsformen durchaus ebenbürtig oder gar überlegen ist: Das Schaufenster.

Weder Anzeige, Prospekt oder Fernsehen können dem am Schaufenster verweilenden Interessenten so überzeugen und kostengünstig zum Kunden und Käufer werden lassen, wie eine gekonnt und richtig gezielt gebotene Schaufenstergestaltung. Solche Erfolgsreserven sollten Sie unbedingt für Ihr Geschäft aktivieren.

Diese Veranstaltung bringt entscheidend wichtige Strategie und aktuelle Praxis zu fortschrittlicher Schaufensterwerbung. Wertvoll für alle Branchen.

Engagierte Interessenten sollten sich umgehend entschlossen zu diesem Seminar anmelden, da wegen intensiver Seminararbeit – zum Nutzen aller Beteiligten – die Zahl der Teilnehmer begrenzt bleiben muß.

Programm :

- Werbeträger Schaufenster.
 - * Schaufensterformen und deren Bewertung.
 - * Abmessungen von Schaufenstern.
 - * Beleuchtung.
 - * Schaufensterausschlag.
 - * Farb-Signale und Farbabstimmungen.
 - * Ergänzungen in Außenwerbung und Kaufraumwerbung.
- Warenaufmachung.
 - * Abklärung für Textilien und Hartwaren (etwa Textil, Bücher, Lebensmittel, Haushalt, Tankstellen, Auto, Schuhe, Lederwaren und bei Bedarf weitere Sortimente).
 - * Grundsätzliche Empfehlungen.
- Warenanordnungen.
 - * Streuung - Reihung.
 - * Betonung - Häufung - Gruppen - Duett - Doublette - Solo.
 - * Raumbilder.
 - * Intensive Ansprache des Beschauers durch richtige Warenanordnung.
- Preisschilder, Text.
 - * Notiz - Etikett - Qualitätsinformationen - Textübungen.
 - * Schrift: Neoprint, Pinsel, Feder, Schablone, Letraset.
- Schaufenster-Erfolgskontrolle.
 - * Verhaltensweise des Publikums am Schaufenster.
 - * Stopzahl - Stopzeit.
 - * Intensivierung der Schaufensterwerbung..
 - * Rhythmus im Dekorationswechsel.
- Schaufensterbewertung.
 - * Systematisches Vorgehen nach Kriterien.
 - * Übungen anhand von Bildern und Dias.
- Schaufensterentwurf.
 - * Schaufenstergestaltungen zu einzelnen Themen.
 - * Entwicklung individueller Problemlösungen für Teilnehmer.
 - * Anfertigung einfacher Entwurfsskizzen.
 - * Übungen mit Korrektur.
- Schaufensterwerbepplan.
 - * Jahresplan für Schaufensterwerbung individuell entsprechend Branche der Lehrgangsteilnehmer.

Referent :

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

Teilnehmerkreis :

Inhaber, Geschäftsführer, Werbeleiter, Schaufenstergestalter, Verkaufsleiter, Verkäufer, sowie andere für Schaufenstergestaltung verantwortliche Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr :

2.000.- Franken.

Datum :

Montag, den 10. und Dienstag, den 11. März 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

SEMINARREIHE – Planung, Finanzierung und Kontrolle von Investitionsvorhaben im Hotel- und Gaststättengewerbe

Wie in den vergangenen Jahren veranstaltet die Handelskammer auch in diesem Jahr eine Seminarreihe zu aktuellen Themen, die in enger Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der „HORESCA“ ausgewählt wurden.

So werden in vier Nachmittags-, bzw. Abendveranstaltungen in- und ausländischen Experten die verschiedenen Aspekte, die bei Aus- und Neubauvorhaben unbedingt zu beachten sind, erläutern und anhand von konkreten Beispielen und Zahlenmaterial, den Ablauf von der Planung über die Finanzierung bis hin zur Wirtschaftlichkeitsüberprüfung einer Investitionsmaßnahme aufzeigen.

Nachstehend findet der interessierte Leser Einzelheiten über Inhalt und Ablauf der verschiedenen Veranstaltungen.

1. Sinnvolle und wirtschaftliche Planung von Aus- und Neubauvorhaben zur Existenzsicherung und Ertragssteigerung

- Programm :**
- Analyse des bestehenden betrieblichen Angebotes.
 - Analyse der Erlös- und Kostendaten des Betriebes.
 - Feststellung von betrieblichen Schwachstellen sowie Überlegungen von organisatorischen und sonstigen betrieblichen Maßnahmen.
 - Standort- und Bedarfsanalyse.
 - * Fremdenverkehrsanalyse.
 - * Entwicklung der Gästemeldungen, Übernachtungen, der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer und der durchschnittlichen Kapazitätsauslastung.
 - * Untersuchung der Konkurrenzsituation.
 - * Untersuchung der für den Fremdenverkehr wichtigen Infrastruktur.
 - * Überprüfung der Verkehrsanbindungen und möglichen Gästeschichten.
 - * Untersuchung der Gästewünsche an das Angebot.
 - Erstellung eines Raumprogrammes unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus den obenangeführten Positionen.
 - Planung der Maßnahme nach gastronomischen und arbeitsorganisatorischen Gesichtspunkten.

Referent : Experte der Betriebsberatung Gastgewerbe GmbH, Bad Kreuznach.

Teilnahmegebühr : 750.- Franken.

Datum : **Dienstag, den 18. Februar 1986** von 14.30 bis 18.30 Uhr.

2. Aufzeigen von möglichen öffentlichen Finanzierungshilfen und sonstigen Fördermöglichkeiten

- Programm :**
- Das Rahmengesetz vom 29. Juli 1968 für den Mittelstand.
 - Die verbilligten Ausrüstungskredite der Nationalen Kredit- und Investitionsgesellschaft (SNCI).
 - Die Kapitalsubventionen des touristischen Fünfjahresplanes.
 - Die steuerlichen Investitionshilfen.

Referent : Experte der Handelskammer.

Teilnahmegebühr : 500.- Franken.

Datum : **Montag, den 24. Februar 1986** von 20.00 bis 22.00 Uhr.

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

Chambre de Commerce

B. P. 1503

Tél. 43 58 53

Luxembourg

3. Aufbau eines Investitionsplanes sowie betriebswirtschaftliche Überlegungen zur Finanzierung der Maßnahme

- Programm :**
- Welche Bereiche müssen im Investitionsplan berücksichtigt werden ?
 - In welcher Form sollten mögliche Eigenleistungen im Investitionsplan berücksichtigt werden, um Finanzierungslücken zu vermeiden ?
 - Absicherung der Investitionssummen, um Finanzierungslücken zu vermeiden.
 - Aufbau und Gliederung des Investitionsplanes.
 - Aufstellen eines Finanzierungsplanes.
 - Punkte, auf die aus betriebswirtschaftlicher Sicht bei den Finanzierungsbedingungen geachtet werden sollte.
 - Darstellung von allgemeinen Finanzierungsfehlern.
- Referent :** Experte der Betriebsberatung Gastgewerbe GmbH, Bad Kreuznach.
- Teilnahmegebühr :** 750.- Franken.
- Datum :** **Dienstag, den 4. März 1986** von 14.30 bis 18.30 Uhr.

4. Wirtschaftlichkeitsüberprüfung der Maßnahme

- Programm :**
- Warum muß eine Wirtschaftlichkeitsüberprüfung der Maßnahme erfolgen ?
 - Welche Form der Wirtschaftlichkeitsüberprüfung ist für die einzelnen Betriebstypen sinnvoll ?
 - Welche Daten und Faktoren müssen in diese Wirtschaftlichkeitsüberprüfung einfließen ?
 - Darstellung einer Wirtschaftlichkeits-Vorausschau-Rechnung.
 - Darstellung einer Kostendeckungspunktrechnung.
 - Darstellung einer Budgetierung.
- Referent :** Experte der Betriebsberatung Gastgewerbe GmbH, Bad Kreuznach.
- Teilnahmegebühr :** 750.- Franken.
- Datum :** **Montag, den 10. März 1986** von 14.30 bis 18.30 Uhr.

Verkaufstraining für Mitarbeiter(innen) im Einzelhandel

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

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

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

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

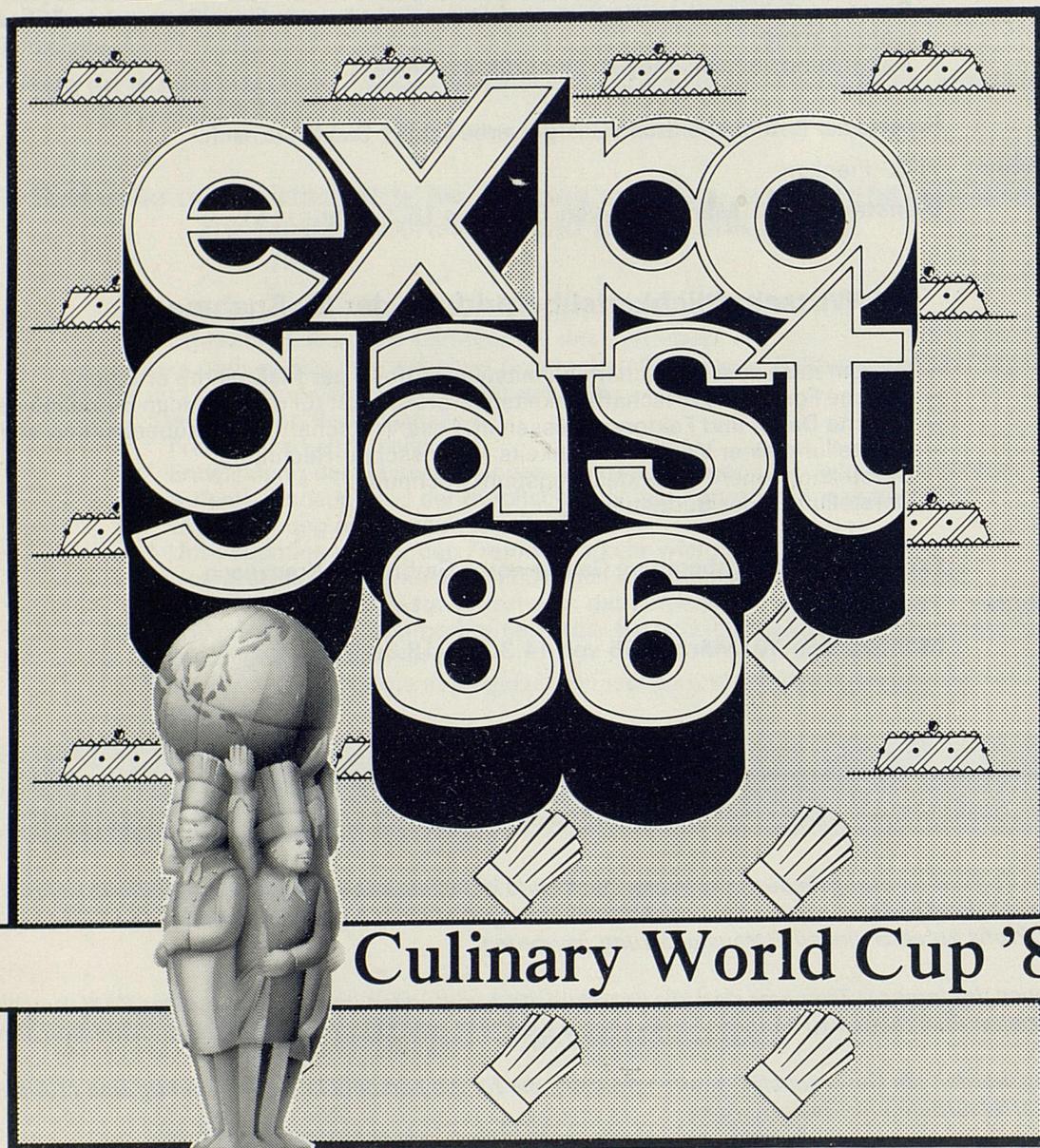
Referent : Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt, Verkaufstrainer, Hürth-Gleuel (BRD).

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

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Montag, den 17. und Dienstag, den 18. März 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

5^e SALON INTERNATIONAL DE LA GASTRONOMIE



Culinary World Cup '86.

La Société des Foires Internationales de Luxembourg S.A.
en collaboration avec le Vatel Club Luxembourg et l'Amitié Gastronomique François Vatel

presentent:

dans 9 halls du Parc des Expositions (13.000 m²)

- produits, matériels, installations et services gastronomiques (plus de 500 firmes représentées)
- cuisine- démonstration
- restaurant international (500 places)
- cafeteria (150 places)
- attractions diverses

- expositions

- * plats, mets et pièces de présentation en art culinaire (400 mètres de tables)
- * pâtisserie, boulangerie et charcuterie
- * "l'art de dresser la table"
- "Culinary World Cup '86" (plus de 500 équipes et participants de quelque 20 pays)
- concours international pour bouchers-charcutiers
- concours pour barmen



Du 30 janvier au 3 février 1986. Tous les jours de 14.00 à 21.00 heures
Parc des expositions Luxembourg-Kirchberg



Häufige Fehler bei der Führung von Einzelhandelsbetrieben

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.
 - * Finanzierungsfehler.
 - * Betriebsplanung. * Betriebskontrolle.
 - Marketing.
 - * Sortimentspolitik. * Preispolitik/Kalkulation.
 - * Werbung/Verkaufsförderung.

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

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

Teilnahmegebühr : 1.200.- Franken.

Datum : Montag, den 14. April 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Leistungssteigerung und Gewinnmaximierung im Verkauf

Verkaufstraining für den Großhandel – AufbauSeminar

Wissen Sie eigentlich, wieviel Umsatz Sie schon verschenkt, wieviele Kunden Sie schon verloren haben, wieviele Kunden Ihnen Vorbehalte entgegenbringen, weil Sie sich als Verkäufer im Außendienst „falsch“, d.h. nicht situationsgerecht, verhalten haben ?

Untersuchungen zu diesem Problembereich beweisen immer wieder, daß es vermeidbare Verkäuferfehler sind, die meistens den Ausschlag für Negativerfolge bringen. Wie sieht es in der Praxis aus : Die meisten Außendienstmitarbeiter sehen nur ihren Weg, setzen ihre Vorstellungen um, erkennen nicht, daß evtl. ihr Kunde mit diesen Dingen nicht konform geht.

Hier will dieses Seminar helfen. Anhand praktischer Beispiele – Rollenspiele – wird das gesamte Spektrum der Verkaufsgesprächsführung im Umgang mit dem Kunden behandelt und analysiert. Ein Seminar für den aufgeschlossenen, aktiven Verkäufer, gleich, ob im Innen- oder Außendienst, der erkannt hat, daß man eigentlich aufgrund eines persönlichen Fehlverhaltens keine Kunden mehr zu verlieren braucht.

- Programm :**
- Rhetorik.
 - * Training für den Verkaufsmitarbeiter.
 - Das Verkaufsgespräch in der Praxis
 - * worauf es ankommt und auf was ein Verkäufer, der Erfolg haben will, achten sollte.
 - Wer seine Kunden besser kennt, kann besser und leichter verkaufen.
 - * Einführung in die Kundentypologie.
 - Verhandlungsführung nach der „Drei-Phasen-Technik“.
 - Durch welche persönlichen Arbeitstechniken kann ein Verkäufer seine Leistung im Außendienst steigern.
 - Einsatzmöglichkeiten des Telefons, Akquisitionshilfen, Gesprächsleitfaden etc.
 - * was verraten non-verbale Signale.
 - * Ausdrucksformen und Interpretationsmöglichkeiten der Körpersprache.
 - Erörterung von Verkaufssituationen aus dem Kreis der Teilnehmer
 - * individuelle Fehleranalysen im Verkaufsgespräch.
 - * 10 Regeln für erfolgreiches Verkaufen.

Referent : Gerd REHBOCK, Verkaufstrainer, Hamburg.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Verkäufer, Kundenberater, sowie Nachwuchskräfte von Großhandelsbetrieben, welche das Grundseminar „Wie Sie an Ihre Kunden besser verkaufen und Neukunden gewinnen können“ besucht haben, oder entsprechende Berufserfahrung haben.

Teilnahmegebühr : 3.600.- Franken.

Datum : Montag, den 14., Dienstag, den 15. und Mittwoch, den 16. April 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Ein heikles Thema : Reklamationen und wie man sie richtig behandelt

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

Untersuchungen zeigen immer wieder, unberechtigte Beschwerden bzw. Reklamationen gibt es selten ! Denn die Praxis kennt ein anderes Bild : Viele Verkäufer, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter mit Kundenkontakt vermitteln Ihren beschwerdeführenden Kunden oft das Gefühl der Falschdarstellung, teilweise bezichtigen sie sie auch der Unkorrektheit.

Meistens bleibt dem Kunden keine andere Wahl, er muß diesen „Standpunkt“ akzeptieren. Vordergründig macht er es auch. Aber mit welcher Folge ? Bei zukünftigen Bedarfsfällen orientiert er sich an diesen in der Vergangenheit liegenden Vorfällen und zeigt ein folgerichtiges Kundenverhalten. Er kauft dann woanders ein, deckt seinen ganzen oder einen erheblichen Teilbedarf bei einem anderen Lieferanten. Muß das sein ?

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

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

Programm :

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

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

Teilnehmerkreis :

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

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum :

Donnerstag, den 17. und Freitag, den 18. April 1986 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

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

Auswahlkriterien und Anwendung von Personal-Computern

Die schnelle Entwicklung im Bereich der elektronischen Datenverarbeitung bringt für viele Betriebsinhaber und Führungskräfte oft erhebliche Schwierigkeiten mit sich bei der Auswahl der für ihren Betrieb geeigneten Geräte und Programme.

Bei der Vielfalt des Marktangebotes bietet dieses Seminar eine Hilfestellung für Interessenten und Anwender, die Personal-Computer einsetzen wollen oder deren Einsatz ausbauen möchten.

Durch praktisches Arbeiten am Personal-Computer während des Seminars sollen die Teilnehmer einen gründlichen Einblick in die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten des Personal-Computers gewinnen. Aus diesem Grunde stehen Übungen und Demonstrationen im Vordergrund der Veranstaltung.

- Programm :**
- Grundlagen.
 - * Betriebssysteme.
 - * Darstellung der klassischen Software und ihre Unterschiede zu der Software von Groß-Computern.
 - * Kompatibilität, Mehrplatzsysteme.
 - Textverarbeitung.
 - * Aufbau und Anwendung des Handbuchs.
 - * Funktionstasten.
 - * Erfassung und Speichern von Texten, Formularen, Anschriften und Textbausteinen.
 - Rechnen und Kalkulieren mit einem Kalkulationsprogramm.
 - * Aufbau und Anwendung des Handbuchs.
 - * Übersicht über die Befehlsstrukturen.
 - * Aufbau einer Kalkulation.
 - Betriebswirtschaftliche Programme mit Übungen am PC.
 - * Finanzbuchhaltung.
 - * Fakturierung/Lager.
 - * Betriebswirtschaftliche Auswertungen.
 - * Menütechnik.
 - * Aufbau der Dateien.
 - Vorgehensweise bei der Auswahl von PC in Unternehmen.
 - * Istaufnahme und Istanalyse.
 - * Festlegung von Prioritäten.
 - * Pflichtenheft.
 - * Aufgaben der Geschäftsführung.
 - * Anforderungen an die Mitarbeiter.

Referent : Prof. Heinrich BOCKHOLT, Dipl.-Kfm., Fachhochschule Koblenz.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Betrieben aus dem Groß- und Einzelhandelsbereich sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, die die Einsatzmöglichkeiten des PC in praktischen Übungen kennen lernen möchten.

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Donnerstag, den 24. und Freitag, den 25. April 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Club des Exportateurs

Les prochaines réunions du Club des Exportateurs auront lieu :

lundi, 3 février 1986

et

lundi, 3 mars 1986

de 17.00 h à 19.00 h dans la cafétéria située au 4e étage de l'Hôtel de la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg.

Pour tous renseignements supplémentaires, les intéressés sont priés de s'adresser à la Chambre de Commerce, tél. : 43 58 53.

Mehr verkaufen durch Aktionen

In einem Markt der totalen Konkurrenz kommt es für jeden Marktteilnehmer darauf an, besser zu sein als der Andere!

Marktanteile werden nicht zwischen großen und kleinen Unternehmen entschieden, sondern hängen eindeutig von der Aktivität des Unternehmens ab. Darauf will der Referent abzielen: Alle Aktivitäten zum Kampf um die täglichen Marktanteile mobilisieren.

Ziel des Seminars soll es sein, den Teilnehmern bewußt zu machen, welche Möglichkeiten bestehen, durch gezielte Aktionen mehr Kunden anzusprechen, um daraus gewinnbringenden Umsatz zu machen.

- Programm:**
- Welche Unterschiede gibt es zwischen Aktionen und einem Aktionismus?
 - Was ist bei einer Aktionsplanung zu beachten?
 - Was ist bei der Aktionsdurchführung wichtig?
 - Welche Möglichkeiten einer gezielten Kundenansprache gibt es?
 - * Wie werben Anzeigen richtig?
 - * Wie formuliert man Werbebriefe verkaufswirksam?
 - * Wie werden Handzettel ansprechend aufgemacht?
 - * Wie bringt Schaufenstergestaltung Kunden ins Geschäft?
 - * Wie kann man die Psychologie in der Ladengestaltung nutzen?
 - * Wie führt man Verkaufsgespräche abschlußsicher?
 - Wie kann man Wettbewerbsverhalten analysieren und gezielt darauf reagieren?
 - * Welche Vorteile hat ein Discounter?
 - * Was macht den Versandhandel so erfolgreich?
 - * Mit welchen Methoden arbeitet der Direktvertrieb?
 - * Warum sind im Warenhaus immer viele Kunden?
 - * Was zeichnet erfolgreiche Fachgeschäfte aus?
 - Wie läßt sich eine Aktion kontrollieren?

Referent: Volker BRODBECK, Marketing-Trainer, Nürnberg.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Werbeleiter, Verkaufsleiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, die für den Umsatz im Unternehmen Verantwortung tragen.

Teilnahmegebühr: 1.200.- Franken.

Datum: Montag, den 28. April 1986, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Mehr Erfolg als Vorgesetzter im Einzelhandel

Sie führen Mitarbeiter? Sie wirken auf sie ein! Sie haben Ihren Beruf gelernt. Haben Sie auch den Beruf des Vorgesetzten gelernt? Menschenkenntnis haben Sie. Die Methoden, Ihre Menschenkenntnisse wirkungsvoll einzusetzen, vermitteln wir Ihnen im Seminar. Sie werden es leichter haben, Ihre Mitarbeiter für sich zu gewinnen!

- Programm:**
- Erkennen, worauf es ankommt.
 - So vermindern Sie Beziehungsprobleme!
 - Partnerorientierte Gesprächsführung.
 - * Das Konfliktgespräch.
 - * Das Informationsgespräch.
 - * Anweisungen erteilen.
 - * Entscheidungen mitteilen.
 - Besprechungen wirkungsvoller führen.
 - * Eröffnungsmethoden.
 - * Diskussionsleitung.
 - * Moderatorentechnik.
 - * Verbindlichkeit schaffen.

Referent: Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge, Hürth-Gleuel (BRD).

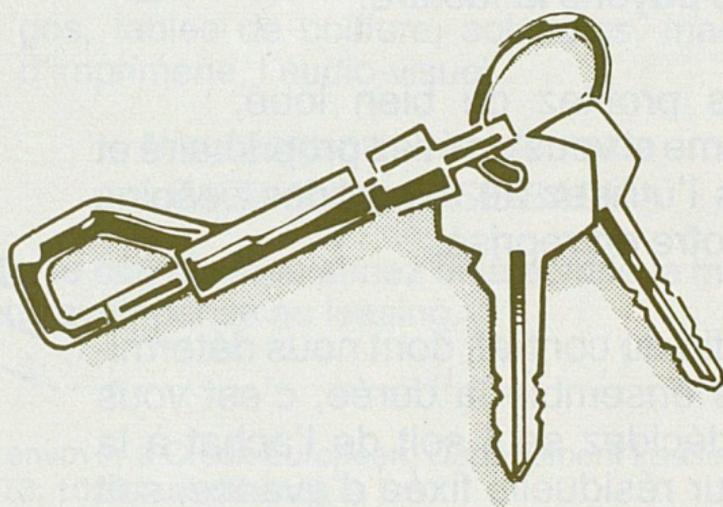
Teilnehmerkreis: Inhaber(innen), Abteilungsleiter(innen), Erst-Verkäufer(innen), sowie andere leitende Mitarbeiter(innen) von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Montag, den 2. und Dienstag, den 3. Juni 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Leasing

La bonne formule de financement,
pour les indépendants, les PME,
les commerçants, artisans . . .



**CREDIT
EUROPEEN**
DEPARTEMENT LEASING

LE LEASING: QU'EST-CE QUE C'EST?

Prendre un bien en leasing signifie le financer par paiement d'un loyer mensuel/trimestriel pendant une durée inférieure à la durée normale d'amortissement du bien loué.

C'est donc le moyen idéal pour maintenir toujours votre équipement à la pointe du progrès.

Le leasing facilite vos projets d'équipements initiaux ou supplémentaires, d'adaptation de votre équipement existant, de rationalisation de votre entreprise, alors qu'il n'exige aucun investissement financier.

Vous choisissez le matériel, nous payons la facture.

Vous profitez du bien loué, comme si vous en étiez propriétaire et vous l'utilisez au mieux des besoins de votre entreprise.

A la fin du contrat, dont nous déterminons ensemble la durée, c'est vous qui décidez seul soit de l'achat à la valeur résiduelle fixée d'avance, soit de la relocation, soit de la restitution au CREDIT EUROPÉEN S.A. en sa qualité de bailleur.

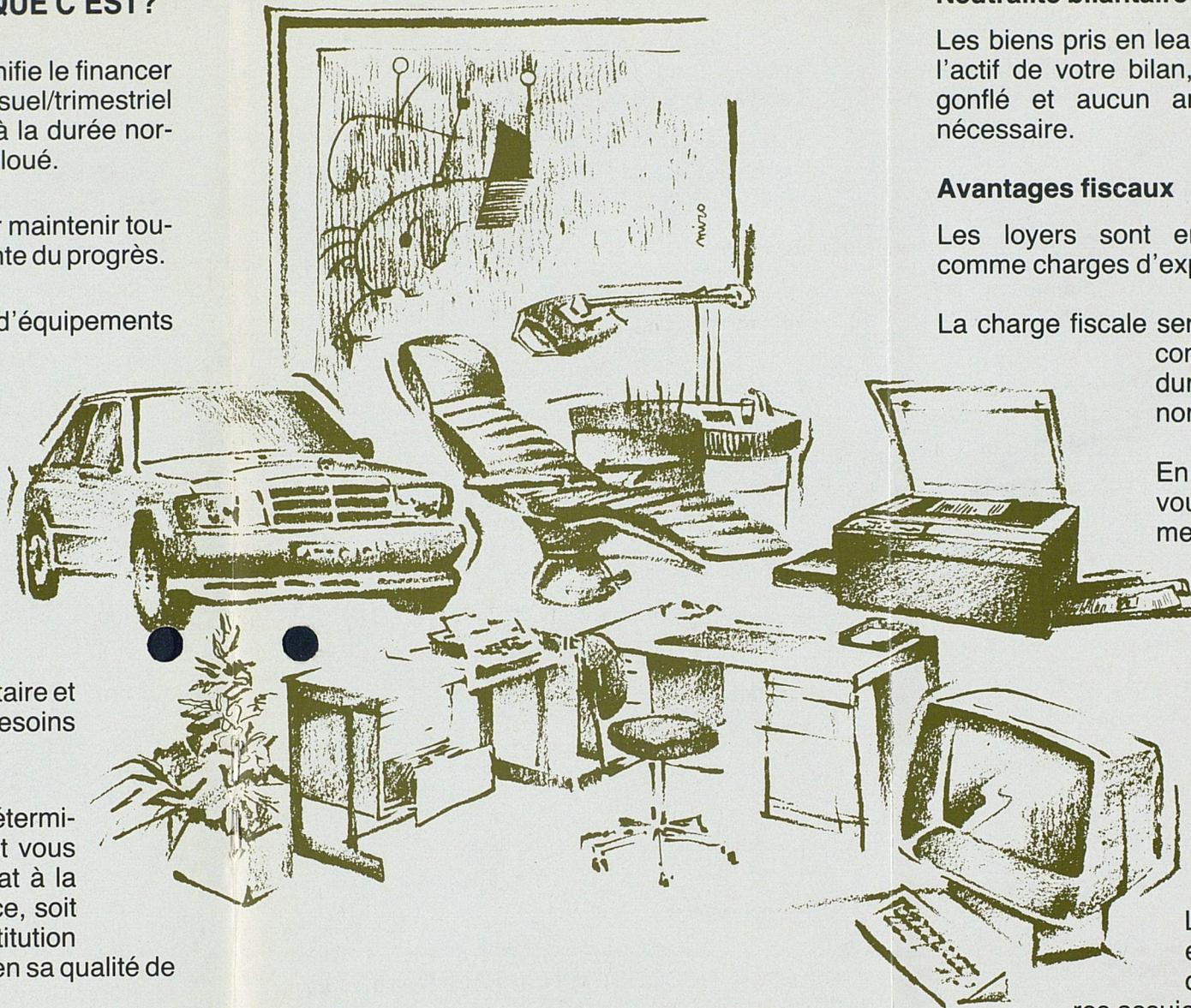
Gestion financière facilitée

Vos moyens propres restent intacts pour d'autres obligations ou opérations fructueuses.

Vos garanties réelles ne sont pas sollicitées.

Budgétisation précise

Les loyers restant en principe invariables, vos dépenses seront exactement connues d'avance. La rentabilité de l'investissement sera transparente.



Neutralité bilantaire

Les biens pris en leasing n'entrant pas dans l'actif de votre bilan, celui-ci n'en sera pas gonflé et aucun amortissement ne sera nécessaire.

Avantages fiscaux

Les loyers sont entièrement déductibles comme charges d'exploitation.

La charge fiscale sera allégée, du fait qu'un contrat de leasing a une durée inférieure à la durée normale d'amortissement.

En qualité de locataire, vous bénéficiez directement de l'aide fiscale à l'investissement.

Les investissements faits par leasing n'entrent pas en ligne de compte pour le calcul de l'impôt sur la fortune et l'impôt commercial communal.

La TVA sur les loyers est entièrement récupérable dans le chef des locataires assujettis.

TOUT COMPTE FAIT, LE LEASING N'EST PAS PLUS CHER QU'UN CREDIT BANCAIRE.

IL PRÉSENTE EN OUTRE DES AVANTAGES CERTAINS, DONT VOUS NE DEVRIEZ PAS PRIVER VOTRE ENTREPRISE.

BIENS POUVANT FAIRE L'OBJET D'UN CONTRAT DE LEASING

A part les biens de consommation et, au stade actuel de la législation, les immeubles, tout bien d'équipement mobilier, destiné à l'usage professionnel peut être financé par leasing.

Ainsi, à titre d'exemples, citons:

- voitures, camions, camionnettes,
- élévateurs, grues, tracteurs, machines agricoles, viticoles, sylvicoles, excavateurs, machines de construction,
- meubles de bureau, ordinateurs, photocopieurs, machines comptables, télex, centrales téléphoniques, téléfax, autotéléphones,
- matériel clinique, médical, para-médical, matériel de laboratoire, équipement complet d'un cabinet médical ou dentaire,
- installations commerciales ou artisanales, frigos, tables de coiffure, solariums, machines d'imprimerie, l'audio-visuel . . .

N'oublions pas le système du
SALE-AND-LEASE-BACK

pour le cas où vous auriez déjà acheté le matériel sans avoir pensé au leasing.

✂ -----
A renvoyer à Crédit Européen, Département Leasing, B.P.
2173, 1023 Luxembourg

Je m'intéresse au financement par leasing et vous prie de me contacter par téléphone pour des renseignements supplémentaires.

Personne à contacter _____

Firme: _____

Adresse: _____

Tél. _____

Investissement envisagé: _____

Date prévue de l'investissement: _____

Luxembourg:	Tél.
- Siège, 52, route d'Esch	44 99 11
- Alfa, place de la Gare	
- Centre, place Guillaume	
- Avenue de la Porte-Neuve	
Esch-sur-Alzette:	
- place de l'Hôtel de Ville	54 18 81
- place Benelux	55 38 37
Bettembourg:	
22, rue de la Gare	51 75 17
Differdange:	
1, avenue de la Liberté	58 76 76
Dudelange:	
19, avenue G.D. Charlotte	51 53 53
Ettelbrück:	
61, Grand-Rue	81 92 21
Mersch:	
8, rue G.D. Charlotte	32 88 94
Pétange:	
10, place du Marché	50 90 65
Rodange:	
17, rue Dr. Gaasch	50 23 23

SOUPLESSE ET RAPIDITÉ
CONDITIONS AVANTAGEUSES

Pour tout renseignement ou conseil,
adressez-vous au



**CREDIT
EUROPEEN**
DEPARTEMENT LEASING

Tél. 44.99.14.12

REDUISEZ VOS COÛTS LOGISTIQUES EN EUROPE. AVEC TNT-IPEC.

**Un réseau européen, 100.000 points de chute
et 2.500 camions express.
TNT-IPEC dynamise la logistique de l'entreprise.**



Du transport express à une approche de la logistique plus rentable, il n'y a qu'un pas.

Un pas que TNT-IPEC, le leader européen du fret express permet de franchir aisément. En effet, grâce à son réseau et son système, chaque entreprise à ambition européenne peut dès aujourd'hui se doter d'un atout supplémentaire dans la bataille pour une profitabilité accrue. Cet atout concilie un double objectif souvent contradictoire. D'une part, renforcer la position concurrentielle de l'entreprise. D'autre part, en diminuer les coûts de fonctionnement.

TNT-IPEC aide à supprimer en tout ou en partie ces frais de distribution qui amputent les bénéfices de l'entreprise.

Avec 2.500 camions desservant à tout moment et de manière express plus de 100.000 destinations dans toute l'Europe, il devient maintenant possible à l'entreprise de maintenir ses stocks de produits finis ou semi-finis au niveau le plus financièrement rentable. Qui plus est, envisager de restructurer un réseau actuel de dépôts locaux pour ne conserver à terme qu'un seul centre de distribution ne relève plus de l'utopie. En effet, les camions TNT-IPEC rayonneront au départ de ce centre dans toute l'Europe pour effectuer des livraisons "just-in-time". Oubliée la distribution statique. Place à la distribution dynamique.

Moins d'actifs immobilisés. Moins de frais administratifs. Moins de paperasseries. Sans que le service à la clientèle n'en souffre. Les délais, 24 ou 48 heures selon les destinations sont garantis. L'entreprise peut se concentrer sur l'essentiel: la fabrication de ses produits et leur commercialisation.

TNT-IPEC permet d'être là où il faut, au moment où il faut et avec les quantités qu'il faut. Ni plus, ni moins.

Nous réagissons au jour le jour et en porte-à-porte pour qu'une pointe de demande imprévue puisse être satisfaite ou une offensive soudaine de la concurrence contrecarrée. Alors que bien souvent les quotas alloués en début d'exercice se révèlent vite insuffisants. Nous libérons l'entreprise des tâches et des soucis d'intendance dans sa recherche de nouveaux débouchés et son implantation à l'étranger.

Pourquoi en effet être pénalisé par l'absence d'un dépôt en Suède ou en Italie alors que nous y acheminons à n'importe quel moment tout ce qui est nécessaire à satisfaire la demande créée ceci sans que les envois ne quittent le réseau TNT-IPEC? Nous complétons sans délai un réseau de distribution qui ne répond plus à l'attente.

De tels exemples d'intervention pourraient ainsi être multipliés.

TNT-IPEC: un outil de gestion au service d'une dynamique commerciale offensive.

TNT-IPEC est donc plus qu'un simple transporteur express, il est un véritable partenaire logistique. En effet, recourir à TNT-IPEC, c'est opter pour la rationalisation des coûts de distribution, l'allocation des ressources à des utilisations directement productives et la garantie d'un service impeccable à la clientèle.

Tout cela, en augmentant la flexibilité structurelle de l'entreprise et en permettant enfin de chiffrer précisément ce que coûte sa logistique.

Alors n'hésitez pas et contactez-nous au

436221

**Plus qu'un transporteur express.
Un partenaire logistique.**

TNT IPEC

le système de fret express

WORKSHOP – Die wirtschaftlich informierte Frau

Sich als Ehefrau in den verschiedenen Rollen im Unternehmen des Mannes wirklich wohl fühlen

Ehefrauen werden heute zunehmend in das Unternehmen ihres Mannes integriert, ob sie so recht wollen oder nicht. Der tägliche Wettbewerbsdruck und die Herausforderungen der Zukunft lassen kaum eine andere Chance als ein umfangreiches Engagement.

Dabei sind dann die ganz speziellen Bedingungen einer solchen Mitarbeit zu berücksichtigen. Die Rollenerwartungen des „Chefs“ und der Mitarbeiter können erheblich vom Rollenverständnis der Ehefrau abweichen. Auch können unterschiedliche Vorstellungen von betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten und Erfordernissen zutage treten. Ehefrauen geraten dann leicht in ein Spannungsfeld zwischen Chef und Ehemann einerseits und Mitarbeitern andererseits. Chefstellvertreter oder Hilfskraft umfaßt das ehefräuliche Tätigkeitsfeld. Deshalb erscheint es notwendig, die Möglichkeiten eines effektiven und offenen Miteinanders abzuwägen, eine kompromißfähige und zufriedene Zusammenarbeit aufzubauen und eine aktive Führungskompetenz zu erlernen.

Ziel des Seminars ist es deshalb, praktische Fähigkeiten zur Konfliktsteuerung und zur Mitarbeiterführung im kooperativen Sinne zu erwerben. Leistungsbereitschaft und Arbeitszufriedenheit gehören nämlich unabdingbar zusammen.

– Aufgrund des ungewöhnlichen Erfolges eines ersten Ehefrauen-Seminars im Vorjahr stellt diese Veranstaltung im gewissen Sinne eine Wiederholung aber auch durch die veränderte Themenstellung eine Weiterführung dar –.

Programm :

- Rollenerwartungen und persönliches Rollenverständnis.
 - * Die besonderen Möglichkeiten der Ehefrau zwischen Chef und Mitarbeitern.
- Weibliche Führungsautorität und Mitarbeiterverhalten.
- Kooperative Mitarbeiterführung.
 - * praktische Anleitungen für Unternehmerfrauen.
- Erfolgsschritte in der kooperativen Führung von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen.
- Ehefrauen und ihre Möglichkeiten zum Konflikt-Management.

Referent :

Prof. Norbert A. HARLANDER, Synthesis, Institut für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt (BRD).

Teilnehmerkreis :

Ehefrauen von Inhabern, Geschäftsführern und leitenden Mitarbeitern, sowie Juniorinnen von Industrie- und Handelsunternehmen.

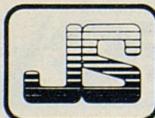
Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum :

Donnerstag, den 19. Juni und Freitag, den 20. Juni 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

In unserem Angebot finden Sie auch

PVC Steckvorrichtungen
Gummi Steckvorrichtungen
CEE-Steckvorrichtungen



MATERIEL ET APPARELS ELECTRIQUES EN GROS

STEFFES

70, Millewé
Boîte Postale 1044

1010 LUXEMBOURG
Tél. 49 33 33

AUFGEPASST !!

Gesellschaften mit befristeter Zeitdauer

Falls Ihr Betrieb unter der Form einer Gesellschaft mit befristeter Zeitdauer geführt wird, muß die Verlängerung dieser Zeitdauer (in der Regel 30 Jahre) vor Ablauf derselbigen getätigt werden. Ansonsten wird die Gesellschaft automatisch aufgelöst und die Aktiva werden an die Teilhaber übertragen, wodurch Probleme fiskalischer Natur entstehen können. Weitere Einzelheiten können bei der Handelskammer (Tel. 43 58 53) erfragt werden.

Zweites Semester

Öffentlichkeitsarbeit und PR-Maßnahmen – eine berufsständische Verpflichtung und Voraussetzung für die betriebliche Existenz

- Programm :**
- Die zunehmende Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Zeitalter der Kommunikation.
 - Gezielte Öffentlichkeitsarbeit, Voraussetzung für die betriebliche Existenz.
 - Das Umsetzen von Betriebszielen in PR-Aktionen.
 - Welche Voraussetzungen sind für eine positive Öffentlichkeitsarbeit notwendig ?
 - Welche Mittel und Medien lassen sich für eine erfolgreiche PR-Aktion einsetzen ?
 - Die Verschmelzung von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.
 - Wie nutzt man die personellen und fachlichen Möglichkeiten für erfolgreiche PR-Maßnahmen ?
 - Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Presse (Pressebesprechungen, Betriebsbesichtigungen, Waschzettel).
 - PR-Maßnahmen als berufsständische Verpflichtung.
 - Check-Liste für die Planung, Durchführung und Kontrolle von PR-Maßnahmen.
- Referent :** Siegfried MENNINGER, Dipl. Fachberater, Bonn/Bad-Godesberg.
- Teilnehmerkreis :** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Werbeleiter, Verkaufsleiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben.
- Teilnahmegebühr :** 1.000.- Franken.
- Datum :** Montag, den 29. September 1986 von 9.00 bis 12.00 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Arbeitsrecht

Der Gesetzgeber und vor allem die Rechtsprechung sorgen ständig für Neuerungen auf den für die Betriebe wichtigen Teilgebieten des Arbeitsrechts. Die Flut der neuen Gesetze, Verordnungen und Entscheidungen ist für den Betriebspraktiker unüberschaubar geworden. Ohne Kenntnis der neuesten Rechtslagen können aber kostspielige Fehler gemacht werden. In diesem Seminar erfahren die Teilnehmer was sie wissen müssen um die Fehler zu vermeiden.

- Programm :**
- Der Beschäftigungszugang.
 - Der individuelle Arbeitsvertrag.
 - Das kollektive Arbeitsabkommen.
 - Die Arbeitsregelung : Arbeitsdauer, gesetzliche Feiertage, Sonntags- und Nachtarbeit, bezahlter Urlaub.
 - Die Arbeitsentschädigung.
 - Die Vertretung der Sozialpartner auf der Ebene der sozialberuflichen Kategorie ; die Personalvertretung auf Betriebsebene.
 - Die Arbeitskonflikte : Schlichtung und Schiedsgericht, Arbeitsgerichtsbarkeit, Gewerbeinspektion.
 - Die Beschäftigung von Sonderkategorien von Lohnempfängern.
 - Die Organisation des Arbeitsmarktes.
- Teilnehmerkreis :** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben.
- Teilnahmegebühr :** 1.275.- Franken.
- Datum :** voraussichtlich am 2., 7., 9., 14., 16. und 21. Oktober 1986, jeweils abends von 20.00 bis 21.30 Uhr.

Nous exécutons tous travaux d'isolation

- a) **étanchéité** toitures, terrasses, caves, réfection et entretien
- b) **thermique** sous-toitures, greniers, murs et planchers, caves et toitures extérieures
- c) **magasin** tout pour l'isolation

WILLY DOERNER ESCH/ALZETTE – 110, rue de l'Alzette – téléphone: 54 01 58

Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

Dem Bemühen um Verbesserung der Wirtschaftlichkeit im Betrieb ist die besondere Aufmerksamkeit einer jeden Unternehmensleitung gewidmet. Eine konsequent praktizierte Kosten- und Leistungsrechnung hilft hierbei! Wie muß sie gestaltet sein, welche Kriterien sind zu berücksichtigen, um sie erfolgreich einzusetzen?

Die Kosten- und Leistungsrechnung ist heute kaum noch Buchhaltung, sie ist auch nicht mehr allein Abrechnung vergangener Perioden. Vielmehr erfüllt sie ihre Aufgabe nur, wenn sie zukunftsorientiert, dispositiv gestaltet ist und Führungskräften als Entscheidungsgrundlage dient.

Vortrag und Diskussion in diesem Seminar sollen helfen, dieses Instrumentarium künftig im eigenen Unternehmen besser nutzen zu können.

Programm :

- Welche Aufgaben hat die Kosten- und Leistungsrechnung zu erfüllen?
- Die Kontrollfunktion als zukunftsweisende Aufgabe.
- Wie muß der innerbetriebliche Kontenplan gestaltet sein und welche organisatorischen Voraussetzungen sind zu erfüllen?
- Grundsätze für die Kostenartengliederung.
- Die Bildung von Kostenstellen in Handels- und Dienstleistungsbetrieben.
- Das pädagogische Element bei Kostenvorgabe und Kostenkontrolle.
- Die Verwirklichung des Kostenverursachungsprinzips.
- Welche Möglichkeiten der Leistungserfassung gibt es?
- Was sind fixe, was sind variable Kosten?

Referent : Dr. Gerhard DORN, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Wiesbaden (BRD).

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer und qualifizierte Mitarbeiter vor allem aus dem Rechnungswesen von Groß- und Einzelhandelsbetrieben sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe.

Teilnahmegebühr : 1.000.- Franken.

Datum : Montag, den 13. Oktober 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Kostenbewußtes Personalmanagement im Einzelhandel

Der Preisverfall in vielen Sparten des Einzelhandels zwingt zu drastischen Kosteneinsparungen, wenn die Ertragskraft und damit die Existenz der Fachgeschäfte gesichert bleiben soll. Einzelne Unternehmer haben diese Notwendigkeit bereits klar erkannt und ihre Kosten heruntergefahren. In Einzelfällen sind schon Gesamtkostensätze von 10-15 % vom Umsatz realisiert und zwar in Fachhandelsbetrieben – nicht in Märkten!

Dreh- und Angelpunkt ist dabei der Personalkostenbereich, der von der Kosten- und Leistungsseite her gezielt beeinflußt werden muß.

Diese betriebswirtschaftliche Problematik bildet den Schwerpunkt des Seminars, das sich inhaltlich mit folgender Thematik beschäftigt.

Programm :

- Personalkosten.
 - * Bestandsaufnahme.
 - * Kosten differenziert nach Betriebsgrößen und Betriebsbereichen, Leistungsmeßzahlen in Betriebsbereichen. * Auswirkung auf die Ertragsituation.
 - * Differenzierte Personalkostenanalyse. * Gehaltsvergleiche.
- Personalleistung.
 - * Leistungskontrollen. * Personalbedarf.
 - * Rationeller Personaleinsatz. * Leistungsabhängige Entlohnung.
- Leistungssteigerung.
 - * Neben finanziellen und sachlich/organisatorischen Ansätzen muß das persönliche Umfeld im Betrieb die Mitarbeiter positiv beeinflussen. Hierzu gehören :
 - kooperativer Führungsstil
 - Motivation
 - höhere Qualifikation durch sinnvolle Trainingsmaßnahmen.

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

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

Teilnahmegebühr : 1.200.- Franken.

Datum : Donnerstag, den 23. Oktober 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Neuzeitliche und erfolgswirksame Führungstechniken für Vorgesetzte

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

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

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

- Programm :**
- Die Aufgabe und Rolle des Vorgesetzten als Führungskraft.
 - * Der Vorgesetzte zwischen Sachaufgaben und menschlichem Entfaltungswillen – Mitarbeiterführung als Aufgabe der Harmonisierung von Unternehmens- und Mitarbeiterzielen.
 - * Klassische Führungsstile und Steuerung des Mitarbeiterverhaltens.
 - * Situationsgerechtes Führen unter Berücksichtigung des Reifegrades der Mitarbeiter als aktuelles Konzept.
 - Leistungssteigerung der Mitarbeiter durch zeitgemäße Motivierung.
 - * Wie Motivation entsteht und erhalten bleibt.
 - * Bedürfnisanalyse als Voraussetzung für wirksames Motivieren.
 - * Grundlegende Bedürfnisse der Mitarbeiter.
 - * Leitsätze für Eigen-Motivation der Vorgesetzten und Grundregeln für Motivierung der Mitarbeiter.
 - Praktische Führungsmittel und Führungsgespräche im Führungsalltag des Betriebes.
 - * Beobachten und Bewerten als Grundvorgang jeder Vorgesetzten-Tätigkeit.
 - * Auf die Kontrolle hat Kritik zu erfolgen.
 - * Anerkennung und Kritik – psychologisch richtig anwenden.
 - * Anerkennungs- und Kritikgespräche im Betrieb.
 - * Regeln für motivierende Mitarbeitergespräche.
 - Zusammenfassende Schlußfolgerungen zur modernen Führungspraxis.

Referent : Gundolf KÜHN, Unternehmensberater, Eschborn/Taunus.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs, Nachwuchskräfte, die vor der Übernahme von Führungsverantwortung stehen, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Donnerstag, den 16. und Freitag, den 17. Oktober 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Berufsneuling ?.... So führen Sie das Verkaufsgespräch sicherer !

Einsteiger-Seminar für Verkäufer(-innen) im Einzelhandel

Das Verkaufsgespräch mit immer kritischeren Kunden ist selbst für Profis nicht immer einfach. Im Verkaufs-Seminar stellen Sie fest, worauf es hierbei ankommt. Die meisten Verkaufsmitarbeiter im Einzelhandel haben sich den Umgang mit Kunden selbst beigebracht – ein mühsamer Weg.

Sie können sich den Start in die Berufspraxis erheblich erleichtern, wenn Sie gleich zu Beginn den richtigen Weg gehen !

- Programm :**
- Verkaufen ist keine Kunst, sondern ein lösbares Kommunikationsproblem.
 - Die Anforderungen an den Verkäufer bei unterschiedlichen Anbietungsformen : vom Aushändigungs- bis zum Beratungsverkauf.
 - Der rote Faden fürs Verkaufsgespräch.
 - Gesprächsführungsmethoden : bewußt Fragen stellen, kundengerechte Argumente einsetzen, Kundeneinwände für sich nutzen, von der Entscheidung überzeugt sein.
 - Mit unfreundlicheren Kunden klar kommen.
 - Trainings-Konzept zur persönlichen Entwicklung notwendiger Fähigkeiten.

Referent : Elmar HEINSBERG, Dipl. Betriebswirt, Verkaufstrainer, Hürth-Gleuel (BRD).

Teilnehmerkreis : Berufsanfänger und Auszubildende im Einzelhandel.

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Montag, den 3. und Dienstag, den 4. November 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

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

Erfolgreiche Kundenpflege am Telefon

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

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

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

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

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

Teilnehmerkreis : Inhaber und Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, die häufig telefonieren, insbesondere Verkaufssachbearbeiter im Innen- oder Außendienst, Mitarbeiter von Kundendienst- und Serviceabteilungen, sowie Mitarbeiter von Telefonzentralen.

Teilnahmegebühr : 1.800.- Franken.

Datum : Montag, den 27. und Dienstag, den 28. Oktober 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Existenzfestigung durch Rentabilitätssicherung

Wenn ein Unternehmen in wirtschaftliche Schwierigkeiten gerät und sich gegenüber den Mitbewerbern am Markt nicht mehr behaupten kann, so ist dies kein plötzlicher „Unglücksfall“, sondern gewöhnlich das Ende einer längerfristigen Entwicklung. Wer sich deshalb rechtzeitig um die Existenzsicherung kümmert, braucht auch bei unvorhersehbaren Schwierigkeiten für die Zukunft seines Unternehmens nichts zu fürchten. Ausgehend von den häufigsten und schwerwiegendsten Gefahren für den Unternehmensbestand werden Maßnahmen zur nachhaltigen Existenzsicherung durch Stärkung der betrieblichen Leistungskraft im weitesten Sinne erarbeitet.

- Programm :**
- Wie man das Unternehmen gegen überbetriebliche und zwischenbetriebliche Existenzgefahren absichert.
 - Mängel in der Unternehmensführung als häufigste Ursache der Existenzgefährdung und wie man sie nachhaltig beseitigt.
 - Der besondere Einfluß der Rentabilitätsfaktoren auf den Betriebsertrag.
 - Rentabilitätsplanung als Basis der kurzfristigen Unternehmenssicherung.
 - Wie man Umsatzchancen erkennt und die Schwächen der Mitbewerber ausnutzt.
 - Wirksame Maßnahmen und Strategien zur Existenzsicherung.
 - Schaffung eines unverwechselbaren Firmenprofils.
 - Die unternehmerische Zielkonzeption als Richtschnur langfristiger Unternehmenspolitik.

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

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

Teilnahmegebühr : 1.200.- Franken.

Datum : Donnerstag, den 6. November 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

WORKSHOP – Unternehmerische Persönlichkeit

Einmal seine grundsätzlichen Bedürfnisse und seine Lebenseinstellung hinterfragen

Der große Erfolg mit dem ersten Seminar im Vorjahr hat uns recht gegeben. Es ist in einer neuen Arbeitsgruppe durchaus möglich, sich mit den Grundlagen seiner eigenen Persönlichkeitsstruktur zu beschäftigen und daran gemeinsam mit Anderen zu arbeiten.

Den mutigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurde dabei deutlich, daß sie zahlreiche Ebenen ihrer Persönlichkeit in besonderer Weise entwickelt haben und diese in ihre privaten und beruflichen Beziehungen intensiv einbringen. Gleichzeitig wurde ihnen aber auch bewußt, daß andere Persönlichkeitszustände nur sehr wenig und selten mit Energie besetzt werden und daher im Zusammenleben mit anderen Menschen leider nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Diese Erfahrungen haben uns ermuntert, ein weiteres Workshop anzubieten, das sowohl den „alten Hasen“ als auch neuen Neugierigen Möglichkeiten des individuellen Lernens bietet. Mit Hilfe besonders entwickelter Arbeitsmaterialien und ständig wechselnder Kleingruppenarbeit wollen wir Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der jeweiligen Erfolgspositionen vorbereiten und persönliche Neuentscheidungen zu treffen helfen.

Sich in seiner Entwicklung bewußt selbst zu begleiten, ist eine wirklich schöne Sache und eine ungemein spannende Angelegenheit.

- Programm :**
- Wir wollen uns mit unserem Grundbedürfnis nach Beachtung, Zuwendung und Anerkennung auseinandersetzen und unsere Art, damit umzugehen, einmal in Erfahrung bringen.
 - Wir wollen unsere Einstellung zu uns selbst und zu unseren Mitmenschen einmal hinterfragen und die möglichen Folgen daraus bedenken – Lebenspositionen lassen sich durchaus verändern.
 - Wir wollen die verschiedenen Arten unseres Sozialverhaltens analysieren und dabei besondere Spielmuster verdeutlichen.

Referent : Prof. Norbert A. HARLANDER, Synthesis, Institut für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt (BRD):

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, die einmal etwas für sich selbst tun möchten.

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Donnerstag, den 30. und Freitag, den 31. Oktober 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wissenswertes über Leasing und Factoring

Leasing, ein modernes Finanzierungsinstrument der heutigen Zeit für mobile Wirtschaftsgüter.

Die Gewinne der Unternehmen werden kleiner, der Eigenfinanzierungsgrad weist sinkende Tendenzen auf.

Die Zeit arbeitet daher zweifellos für Finanzierungsmethoden wie Leasing, stellt doch diese Methode eine echte Alternative zu einem Bankkredit oder zur Eigenmittelfinanzierung dar.

Unternehmen welche die Zeichen der Zeit erkennen, werden früher oder später das Leasing in ihren Evaluationsprozeß einbeziehen und zum Schluß gelangen, daß diese moderne Möglichkeit eine durchaus vorteilhafte Lösung darstellt.

Factoring, eine moderne Möglichkeit zur Finanzierung und Absicherung von Kundenaußenständen.

Eine drohende Insolvenzwellen, eine schlechte Zahlungsmoral sowie eine lange Laufzeit von Forderungen lassen für viele Unternehmen eine Zusammenarbeit mit einer Factoring-Gesellschaft geboten erscheinen.

Durch den Verkauf seiner Forderungen und die sofortige Zahlung des Rechnungsbetrages durch die Factoring-Gesellschaft erhält das Unternehmen ohne Wartezeit direkt 80 bis 90 % ausbezahlt und verbessert damit natürlich seine Liquidität.

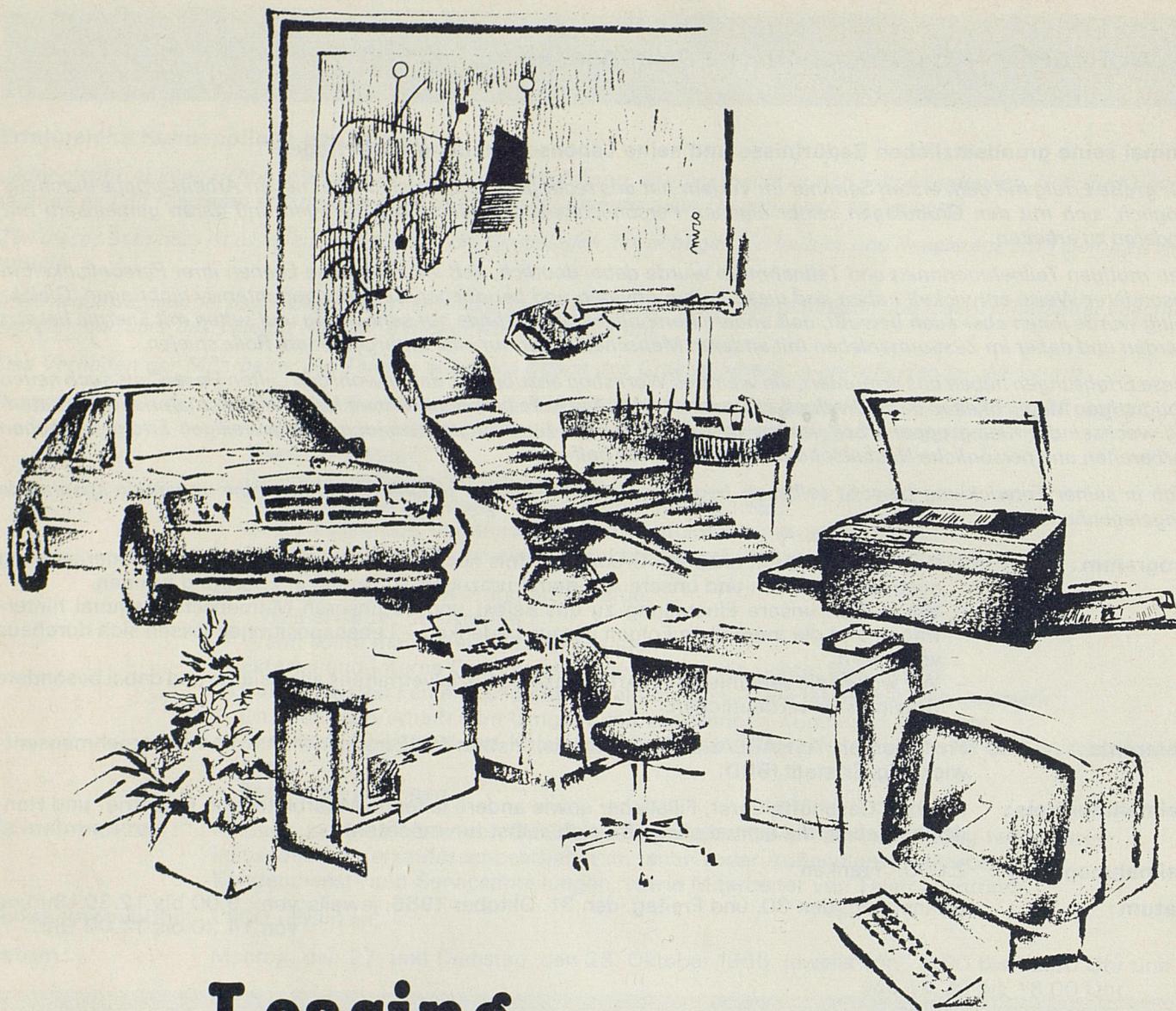
Neben einer Verbesserung der Liquidität bietet Factoring außerdem totalen Schutz vor Ausfallrisiken und komplette Übernahme der Debitorenbuchhaltung.

Wie sich erweist haben Leasing und Factoring eines gemeinsam : Sie setzen eigene Mittel frei und schonen die Kreditlinien der Unternehmen.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Verwaltungsleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie und Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr : 750.- Franken.

Datum : voraussichtlich am 18. und 20. November 1986 jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.



Leasing

La bonne formule de financement.
Pour les indépendants, les PME,
les commerçants, artisans...

pour
tout renseignement
ou conseil
tél. 44.99.14.12.



**CREDIT
EUROPEEN**
DEPARTEMENT LEASING

Luxembourg (4x), Esch-Alzette (2x),
Bettembourg, Differdange, Dudelange, Pétange,
Rodange, Ettelbruck et Mersch.

Vendre à la satisfaction

Entraînement à la vente pour vendeurs(euses) du commerce de détail

Depuis la crise économique, les consommateurs ont recommencé à prêter plus d'attention au rapport qualité/prix des articles vendus. En même temps les gens sont devenus plus sensibles envers le comportement et le savoir faire du personnel de vente dans les magasins. Il ne suffit plus que les vendeurs et vendeuses connaissent bien les articles vendus ainsi que les applications possibles.

Le client averti demande plutôt une ambiance détendue dans laquelle il est conseillé par un personnel aimable, bien motivé et habile dans l'utilisation du dialogue de vente.

Ainsi cette séance d'entraînement poursuit trois buts essentiels :

- *communiquer aux participants les talents nécessaires pour gagner la confiance des clients,*
- *les familiariser avec les techniques pour trouver et satisfaire les besoins des clients et*
- *leur donner des conseils qui leur permettront de se motiver et de trouver une plus grande satisfaction par la perfection dans cet art fascinant qu'est la vente.*

Programme :

- La définition de la vente.
- La connaissance des produits.
- La vente par satisfaction des besoins.
- Les différents types de clients.
- Les motifs du client pour acheter.
- Le dialogue de la vente.
- Les objections et comment les surmonter.
- La clôture d'une vente.
- La valeur ajoutée.
- Séances pratiques.

Conférencier :

Mary CLARK, Gaston SADLER, E.B.A. On-line, Luxembourg.

Participants :

Chefs, gérants, chefs de vente, chefs de rayon, vendeurs et vendeuses d'entreprises ressortissant du commerce de détail.

Langue de travail : langue française.

Droit d'inscription : 2.000.- francs.

Date : Lundi, le 10 et mardi, le 11 novembre 1986 de 8.30 à 12.30 hrs et de 14.30 à 18.00 hrs.

Liquidität sicher im Griff

Liquiditätsengpässe gehören zu den besonders schwerwiegenden Existenzgefahren. An Hand von Fällen aus der Praxis wird gezeigt, daß auch gut geführte und rentable Unternehmen durch unvorhersehbare Ereignisse in Liquiditätsschwierigkeiten geraten können und was in einer solchen Situation zu tun ist, wie Liquidität durch Kennziffern erfaßt und beurteilt werden kann und wo Ansatzpunkte zur nachhaltigen Verbesserung der Liquidität zu suchen sind.

Programm :

- Häufigste Ursachen für Liquiditätsschwierigkeiten.
- Kennziffern zur Beurteilung der Liquiditätssituation.
- Anforderungen an eine krisenfeste Finanzierung.
- Methoden der Liquiditätsplanung und -sicherung.

Referent :

Rainer GLAESER, Dipl.-Kfm., BBE - Köln.

Teilnehmerkreis :

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

Teilnahmegebühr : 1.200.- Franken.

Datum : Montag, den 17. November 1986 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

WORKSHOP – Förderungstraining für den Führungsnachwuchs

Gründung einer Gruppe für Unternehmerjunioren und Führungsnachwuchskräfte

Der Nachwuchs hat es heute schwerer. Meist sind die sog. Senioren selbst noch Junioren und auf der Höhe ihrer Schaffenskraft, wenn die junge Generation anklopft und in die Mitführung drängt. Ihren Anspruch begründet sie dabei meist mit ihrer Ausbildung und/oder ihrer Fachkompetenz.

Dies ist sicherlich richtig so, aber heute zu wenig für eine Leitungsfunktion. Die eine Seite der Medaille sozusagen. Die andere Seite hat mit eigenständiger Persönlichkeit und echter Führungsfähigkeit zu tun.

Langfristig erfolgreiche Unternehmenspolitik ist bekanntlich auf Menschen angewiesen, die bereit sind, in Abteilungen oder Arbeitsgruppen miteinander zu arbeiten, Leistungen zu erbringen und Freude an ihrer Arbeit zu haben. Deshalb ist es heute unumgänglich, junge Menschen, die die Unternehmens- oder Führungsnachfolge antreten wollen, auf diese Aufgabe durch qualifizierte Persönlichkeits-, Führungs- und Betriebspsychologie vorzubereiten.

In einem Juniorenkreis der Handelskammer sollen diese Anforderungen an Jungunternehmer und Führungsnachwuchskräfte in einem längerfristig angelegten Programm erlernt, trainiert, erprobt und vor allem in der Gruppe erfahren werden. Einzelübungen, Fallstudien, Rollenspiele, Gruppenarbeit sind dabei die Methoden, die junge Persönlichkeit weiter zu entwickeln und Führungskompetenz und Gesprächsfähigkeit zu stärken. Der besondere Wert liegt dabei in der Zusammengehörigkeit der Gruppe selbst und der gegenseitigen Trainierbarkeit. Sich dort selbst erleben und agieren zu sehen, ist ein Erprobungsfeld für die späteren Aufgaben.

Das Training selbst ist bei 2 bis 3 Jahrestreffen auf etwa 3 Jahre angelegt und wird in einer weitgehend geschlossenen Gruppe durchgeführt. Der Trainer selbst hat viel Umgang und Erfahrung mit jungen Menschen und Gruppen. Er hat insgesamt 7 Jahre in Unternehmen sowohl als Mitarbeiter wie auch als Chef gearbeitet. Außerdem kennt er als Berater die vielfältigsten Unternehmen und Branchen. Schließlich verfügt er auch als Wirtschaftspsychologe und Diplom-Kaufmann über den entsprechenden theoretischen Unterbau.

Zum unten angegebenen Termin wird die Gruppe sich zum ersten Mal unverbindlich treffen und erst einmal kennenlernen. Dabei soll ein erstes Gespür dafür entwickelt werden, welche Möglichkeiten spezielle Arbeitsgruppen haben und welchen eigenen Standort man dort erlebt.

Zum Schluß des ersten Treffs wird dann die weitere Vorgehensweise vorgestellt. Danach können sich die einzelnen Junioren, Juniorinnen und Führungsnachwuchskräfte für oder gegen die Arbeit in der neuen Gruppe entscheiden.

- Programm :**
- Wir wollen uns auf unsere neue Gruppe einstellen.
 - Wir wollen uns mit unserer Geschichte vorstellen.
 - Wir wollen uns durch zahlreiche Kommunikationsspiele besser kennenlernen.
 - Wir wollen Grundlage für unsere künftige Zusammenarbeit schaffen.
 - Wir wollen gemeinsam unseren künftigen Weg vereinbaren.

Referent : Prof. Norbert A. HARLANDER, Synthesis, Institut für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt (BRD).

Teilnehmerkreis : Juniorinnen, Junioren und Führungsnachwuchskräfte von Industrie- und Handelsbetrieben. (Teilnehmerzahl : Max. 16, Altersgrenze : 30 Jahre).

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Donnerstag, den 20. und Freitag, den 21. November 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Sie investieren in Ihrem Unternehmen

- 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

Investitionen dynamisch planen, kontrollieren und finanzieren

Fehlinvestitionen kann sich bei der derzeitigen konjunkturellen Situation kein Unternehmen leisten. Erträge, Kosten und Termine müssen „richtig“ geplant werden. Effektive Kontrollen müssen die Investition begleiten. Genaue Prüfungen der Kreditangebote sind angesichts der verschiedenen Bankkonditionen vor und nach Steuern mehr denn je erforderlich.

Ziel dieses Seminars soll es sein, die Investitionen und ihre optimale Finanzierung durchschaubar zu machen.

Das Seminar wendet sich insbesondere an Unternehmer und Führungskräfte von Handelsunternehmen, die Investitionen ihres Unternehmens veranlassen, entscheiden und verantworten müssen.

- Programm :**
- Investitionsplanung
 - * Formulierung von Zielvorstellungen
 - * Istaufnahme und Istanalyse
 - * Festlegung der quantitativen und qualitativen Kriterien eines Investitionsprojektes
 - * Festlegung der Verantwortlichkeiten in bezug auf Kosten, Erträge, Ersparnisse und Termine.
 - * Information und Motivation der betroffenen Mitarbeiter.
 - * Verfahren der Investitionsrechnung.
 - * Statische Verfahren der Investitionsrechnung.
 - * Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung.
 - * Berücksichtigung von Steuern und Inflation.
 - * Praktische Anwendungen.
 - * Investitionsrechnungen per Computer.
 - Investitionskontrolle.
 - * Projektmanagement.
 - * Investitionskontrollkomitee.
 - * Laufende Ertrags- und Kostenkontrolle mit Hilfe des Rechnungswesens, insbesondere der Kostenrechnung.
 - * Terminkontrolle.
 - Investitionsfinanzierung.
 - * Wirtschaftliche und effektive Anwendung der EDV als Informationsinstrument.
 - * Eigene dynamische Finanz- und Liquiditätsplanung auf kurze und mittlere Sicht.
 - * Auswahl des optimalen Kreditangebotes.
 - * Fallstudien anhand tatsächlicher Kreditangebote.
 - * Checkliste für den Kreditnehmer.
 - * Ausnutzung von Steuervorteilen und Spezialberatungen.

Die Teilnehmer sind gebeten einen leistungsfähigen Taschenrechner mitzubringen.

Referent : Prof. Heinrich BOCKHOLT, Dipl.-Kfm., Fachhochschule Koblenz.

Teilnehmerkreis : Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Betrieben aus dem Groß- und Einzelhandelsbereich sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, die Investitionen ihres Unternehmens veranlassen, entscheiden und verantworten müssen.

Teilnahmegebühr : 1.200.- Franken.

Datum : Montag, den 24. November 1986, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

EUROPLEINAIR '86

22^e Salon Européen de la Vie en Plein Air
du 22 février au 2 mars 1986

Lieu :

Périodicité :

Heures d'ouverture :

Prix d'entrée :

Contenu de la manifestation :

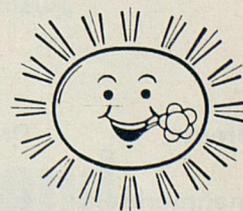
PALAIS DES EXPOSITIONS, Luxembourg-Kirchberg
tous les ans

tous les jours de 14.00 à 19.00 heures

* nocturne le 27 février jusqu'à 21.00 heures

adultes : Flux 80.- / adolescents : Flux 40.-

Camping, caravaning, nautisme, jardinage, sport, tourisme,
chasse et pêche



Rhetorik für die Praxis

Ziel dieses Seminars soll es sein, die Teilnehmer mit den Techniken wirkungsvollen Sprechens vertraut zu machen und ihnen Sicherheit im Vortrag zu geben. Sie sollen am Ende der Veranstaltung in der Lage sein, auch vor einem größeren Teilnehmerkreis eine klar aufgebaute und die Hörer überzeugende Rede halten zu können.

Neben dem dialogischen Referat und zahlreichen Einzel- und Gruppenarbeiten wird der Schwerpunkt der Seminararbeit vor allem bei dem Simulationstraining an praktischen Fällen liegen. Das gesamte Training soll auf die unmittelbare Praxis der Teilnehmer abgestellt werden. Die Teilnehmer werden deshalb gebeten, sich bereits vor Beginn des Trainings Gedanken zu machen, über welche Themen sie reden wollen.

Programm :

- Grundregeln der Rhetorik.
 - * richtige Aussprache.
 - * Sprechtempo und Akzentuierung.
 - * Wortwahl und Satzbildung
 - * die Pause als rhetorisches Mittel
 - * die Blickkontrolle.
 - * Gestik und Mimik
 - * der „Dreiklang“ in der Rhetorik
 - * der Einsatz der Bildersprache
 - * die Bedeutung der Modulation und ihr Einfluß auf die Zuhörer.
- Der Aufbau eines Manuskriptes.
 - * Sammeln und Ordnen des Materials
 - * suchen Sie „Reizworte“
 - * der erste Entwurf
 - * wörtliche Ausarbeitung vermeiden.
 - * Stichwortmanuskript als Voraussetzung für das „Sprechdenken“
 - * die Kärtchen-Technik
 - * die Soll-kann-darf-Technik
 - * das Farbwechsel-Manuskript
 - * was sollte man wörtlich aufnehmen
 - * wie sollten Einleitung und Schluß psychologisch richtig gestaltet werden.
- Spezielle Hinweise für den Vortragenden.
 - * das Äußere
 - * treten Sie sicher auf
 - * wie man sich richtig einstimmt
 - * was man gegen Lampenfieber tun kann
 - * keine Angst vor dem Steckenbleiben.
- Die Stegreifrede.
 - * wie verhalte ich mich bei spontanen Reden
 - * welche Hilfen gibt es
 - * die Vergangenheit/Gegenwart/Zukunft-Technik
 - * wie lang sollten Stegreifreden sein.
- Einige dialektische Regeln.
 - * Wesen der Dialektik
 - * faire und unfaire Dialektik
 - * dialektische Kunstgriffe und ihre Anwendung
 - * die Abwehr dialektischer Angriffe und ihre Umwandlung zum eigenen Vorteil
 - * wie reagiere ich auf Zwischenrufer
 - * wie gewinne ich das Wohlwollen meiner Zuhörer.
- Training an praktischen Fällen.

Referent :

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

Teilnehmerkreis :

Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr :

2.500.- Franken.

Datum :

Dienstag, den 2. und Mittwoch den 3. Dezember 1986, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

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

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

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

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

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

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

Que faut-il pour une bonne
gestion de fortune ?

une expérience internationale un savoir-faire éprouvé un service personnalisé

La gestion de fortune est une affaire de spécialistes :
les banquiers suisses possèdent une grande expérience
dans ce domaine.

Dès notre fondation, une clientèle internationale exigeante
est suivie par nos experts.

A Luxembourg, vous pouvez aussi bénéficier de notre
service de conseil.

M. L. Ottaviani - Directeur

MM. P.F. De Vita, Ch. Genson - Sous-directeurs

6, Avenue Marie-Thérèse/Luxembourg

tél. 4 65 66-7-8

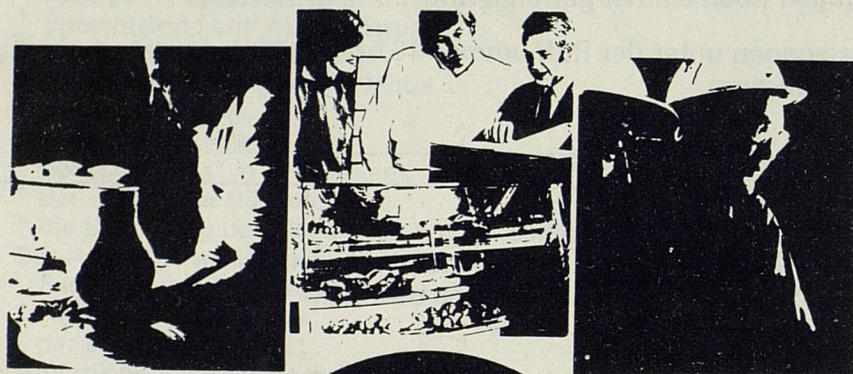


Lugano, Zurich, Chiasso, Lausanne,
Locarno, Luxembourg, Nassau

Banque du Gothard

l'expérience dans la gestion de fortune

ARTISANAT COMMERCE INDUSTRIE



KREDIETBANK

S.A. LUXEMBOURGEOISE

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

Nous sommes là pour vous