DE LETZEBURGER
Merkur
Bulletin de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Rencontre Gouvernement / Patronat

Le comité de liaison patronal qui regroupe en son sein la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, l'Association des Banques et Banquiers luxembourgeois, la Confédération du Commerce luxembourgeois, la Fédération des Artisans, la Fédération des Industriels luxembourgeois, le Groupement des Industries sidérurgiques luxembourgeoises et l'HORESCA, a rencontré le mercredi 21 janvier 1987 le Gouvernement conduit par M. Jacques Santer, Président du Gouvernement.

Dans cet échange de vues, le comité de liaison patronal s'est vu obligé d'attirer l'attention du Gouvernement sur l'effet boule de neige que comportent les récentes augmentations des rémunérations de la Fonction publique du fait qu'elles suscitent dans le secteur privé une cascade de revendications salariales, dans le cadre notamment du renouvellement des conventions collectives, imposant de nouvelles charges aux entreprises.

Il s'y ajoute l'effet notamment psychologique qui a résulté de la satisfaction des exigences visant, entre autres, l'introduction de l'allocation de rentrée scolaire, l'augmentation du salaire social minimum, l'ajustement des pensions et la réintroduction de la tranche d'avance. En effet, la satisfaction parfois donnée trop rapidement aux revendications des groupes socio-professionnels fait oublier que le redressement économique est loin d'être achevé et risque de contribuer à créer un climat d'euphorie et de surenchère tel que les syndicats ont tendance à se dérober à toute négociation au sein des institutions tel le Conseil Economique et Social, alors qu'ils croient avoir gain de cause auprès du législateur.

Compte tenu de ces considérations et dans le double souci de voir fonctionner normalement les institutions de l'Etat et de voir se développer l'activité économique au bénéfice de tout le pays, les membres du comité de liaison patronal demandent au Gouvernement de tenir davantage compte des effets précités dans la conception du travail législatif.

Quant à l'amélioration de la compétitivité des entreprises et en vue de garantir un cadre législatif favorable à l'éclosion des activités économiques, le comité de liaison patronal propose au Gouvernement

- de mettre en oeuvre un système de préretraite qui soit compatible à la fois avec le manque de main d'oeuvre qualifié sur le marché du travail et avec les difficultés structurelles des entreprises;
- d'élaborer un projet de loi réalisant la réduction du coût des prestations d'assurance-pension prévues dans l'avis du CES sur le financement des régimes d'assurance-pension.
- de renoncer à toute mesure législative augmentant les coûts des entreprises.
- de surseoir à l'incorporation du loyer dans l'indice du coût de la vie jusqu'à ce que les problèmes méthodologiques soient résolus de manière telle à ne plus mettre en doute la crédibilité de cet instrument;
- de supprimer dans le projet de loi modifiant le fonds de chômage le complément pour charge d'enfants à ajouter à l'indemnité de chômage, alors que la compensation pour charges d'enfants relève des allocations familiales et fixe le niveau de l'indemnité à moins de 85% du dernier salaire, afin de ne pas désavantager le salarié qui, en raison des frais d'obtention réels qu'il supporte et de la tarification qui lui est appliquée bénéficierait d'un salaire net moins élevé que le chômeur;
- de supprimer dans le projet de loi modifiant notamment le travail du dimanche la disposition contenue dans l'article 7 qui soumet tout accord d'entreprises réglant le travail de dimanche à l'approbation de l'ensemble des organisations syndicales les plus représentatives;
- d'abandonner le projet de loi sur la répartition des transports de marchandises entre les chemins de fer et les transports routiers comme étant contraire aux dispositions des traités internationaux et aux lois de l'économie;

Un élément clef dont dépend la consolidation et l'extension des activités à Luxembourg est constitué par la fiscalité. Sous ce rapport, le comité de liaison patronal a rappelé qu'il apprécie les mesures fiscales prises au bénéfice des entreprises, car, quoiqu'elles soient encore perfectibles, elles vont dans la bonne direction.

Dans la mesure où le Gouvernement a déclaré lui-même vouloir oeuvrer dans le sens d'une normalisation de notre fiscalité il importerait d'y procéder d'après un ordre prioritaire. Ainsi faudrait-il en premier lieu alléger davantage l'imposition spécifique au titre de l'impôt commercial communal des biens affectés aux entreprises et des revenus en provenant. Ensuite, il s'agirait d'éviter la double imposition fiscale en fixant dans un calendrier les étapes menant également à l'abolition à terme des autres impôts qui frappent les biens investis dans les entreprises et qui sont indépendants du revenu produit par ces dernières, à savoir, l'impôt sur la fortune et la taxe d'abonnement sur les actions des sociétés de droit commun. En attendant cette abolition à terme, des allégements fiscaux sont de mise pour encourager le réinvestissement des revenus dégagés par les entreprises.

En conclusion, il a été retenu que le Gouvernement et le comité de liaison patronal poursuivront régulièrement le dialogue et qu'ils veilleront ensemble à éviter le dérapage aussi bien des coûts à supporter par les entreprises que des charges pour le budget de l'Etat.

Editeur: CHAMBRE DE COMMERCE
7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg
Tél.: 43 58 53 — Paraît 10 fois par an
Reproduction autorisée avec mention de la source

No 1/87

Communiqué du Ministère du Travail concernant le niveau du salaire social minimum à partir du 1er janvier 1987

En application des dispositions de la loi du 30 juin 1986 modifiant certaines modalités d'application de l'échelle mobile des salaires et traitements, les taux du salaire social minimum sont revalorisés à partir du 1er janvier 1987.

Le niveau du salaire social minimum correspondant à la cote d'application 428,67 de l'indice pondéré des prix à la consommation est fixé comme suit à partir de cette date:

1) Travailleur n'ayant pas charge de famille (6.823.- francs indice 100)

Age	Taux mensuel	Taux horaire
à partir de		
18 ans accomplis	29.248.- francs	169,06.- francs
17 ans accomplis	23.398.- francs	135,25.- francs
16 ans accomplis	20.474.- francs	118,35.- francs
15 ans accomplis	17.549.- francs	101,44.- francs

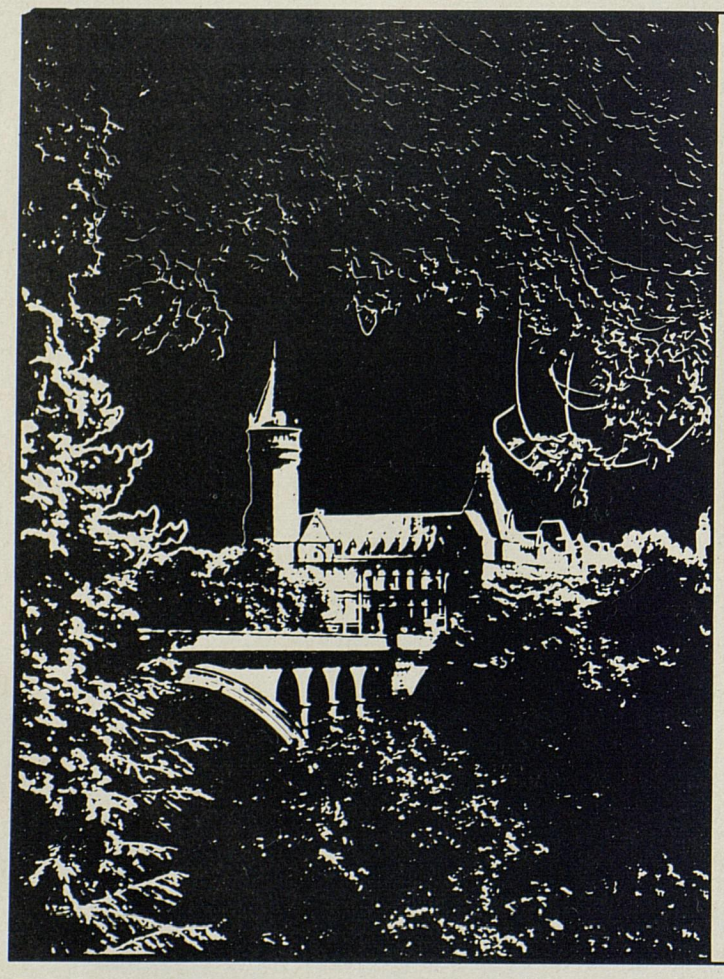
2) Travailleur ayant charge de famille (7.030.- francs indice 100)

Age	Taux mensuel	Taux horaire
à partir de		
18 ans accomplis	30.135.- francs	174,19.- francs
17 ans accomplis	24.108.- francs	139,35.- francs
16 ans accomplis	21.095.- francs	121,94.- francs
15 ans accomplis	18.081.- francs	104,51.- francs

Salaire social minimum pour travailleurs qualifiés

Le niveau du salaire social minimum pour travailleurs qualifiés au sens des dispositions de l'article 4 modifié de la loi modifiée du 12 mars 1973 portant réforme du salaire social minimum est fixé comme suit à partir du 1er janvier 1987.

- 35.098.- francs par mois pour le travailleur n'ayant pas charge de famille;
- 36.162.- francs par mois pour le travailleur ayant charge de famille.



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 1987

Die Handelskammer ist seit vielen Jahren auf dem Gebiet der beruflichen Weiterbildung tätig. Seit 1977 bietet sie, neben ihren bekannten Abendkursen in Buchführung und Korrespondenz, ein sich in ständigem Ausbau befindliches, den Erfordernissen der Wirtschaft angepaßtes Seminarprogramm an.

Berufliche Weiterbildung kann nur dann erfolgreich sein, wenn sie nicht verschult, sondern anforderungsgerecht, problemorientiert und wirtschaftsnah durchgeführt wird. Kaum eine andere Institution ist hierzu mehr geeignet als die Handelskammer, da sie durch ihre laufenden Kontakte mit den Betrieben bestens über die beruflichen Anforderungen informiert ist, die in den einzelnen Wirtschaftszweigen, sowohl an die Unternehmer wie an die Arbeitnehmer gestellt werden.

Mit ihren Seminaren und Kurzlehrgängen möchte die Kammer ihren angehörigen Betriebsinhabern und deren leitenden Mitarbeitern die Gelegenheit geben, ihr berufliches Wissen zu erneuern und den Erkenntnissen unserer Zeit anzupassen. Auch in Luxemburg hat man mittlerweile den Wert und die Notwendigkeit des Erlernens moderner Technologien im Rahmen einer gezielt geführten beruflichen Weiterbildung erkannt; das Gesetz vom 21. Mai 1979 über den technischen und beruflichen Unterricht beweist dies zur Genüge.

Auf den nachfolgenden Seiten wird das für 1987 vorgesehene Seminarprogramm in chronologischer Reihenfolge vorgestellt. Dem Leser soll durch die Veröffentlichung erlaubt werden, die ihn oder seine Mitarbeiter interessierenden Themen rechtzeitig vorzumerken bzw. in seinen Terminkalender für 1987 einzuplanen. Zusätzliche Einzelheiten wurden gerne von der Fortbildungsabteilung der Handelskammer auf Anfrage telefonisch mitgeteilt.

Erstes Semester

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 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, Arbeitsgerichtsbarkeit, Gewerbeinspektion.
- Die Beschäftigung von Sonderkategorien von Lohnempfängern.
- Die Organisation des Arbeitsmarktes.

Referent: Paul MOUSEL, avocat-avoué.

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

Teilnahmegebühr: 1.275.- Franken.

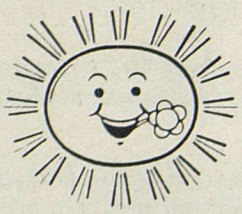
Datum: voraussichtlich am 10., 12., 17., 19., 24. und 26. Februar 1987, jeweils abends von 19.30 bis 21.30 Uhr.

Calendrier des foires et salons

(sauf changements)

---

du 14 au 22 mars 1987



EUROPLEINAIR
23e Salon Européen de la Vie en Plein Air

* Camping * caravaning * nautisme * jardinage * sports * tourisme * chasse et pêche.

---

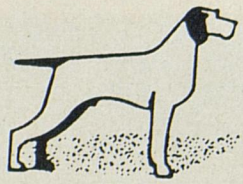
du 19 au 22 mars 1987

13e SALON DES ANTIQUAIRES, DE LA BROCANTE ET DE L'ART CONTEMPORAIN
6e FESTIVAL DU LIVRE LUXEMBOURGEOIS

* Meubles antiques * estampes, gravures et oeuvres d'art anciennes * peintures modernes * raretés bibliophiles * médailles et monnaies anciennes * éditions

---

du 11 au 12 avril 1987



41e EXPOSITION CANINE INTERNATIONALE

---

du 27 au 29 avril 1987

EUROPA®
MÖBEL

FOIRE EUROPE-MEUBLES BELGIQUE - LUXEMBOURG

---

du 23 au 31 mai 1987

50e FOIRE INTERNATIONALE DE LUXEMBOURG - Printemps '87

* Participations officielles, informations économiques et touristiques * arts ménagers * alimentation et boissons * équipement hôtelier * jardinage, sports et loisirs * modes, * cadeaux et cadeaux publicitaires.

Einführung in die Marktforschung

Ziel dieses Seminars soll es sein, Inhaber, Geschäftsführer, Verkaufsleiter und weitere, interessierte, leitende Mitarbeiter von Handels- und Industriebetrieben in die Marktforschung als betriebliches Informationsinstrument einzuführen. Nach einer Einleitung, welche die Stellung der Marktforschung innerhalb des Marketing zum Thema hat und einer anschließenden Darstellung von Aufgabe, Gegenstand und Ziel der Marktforschung, wird eine Übersicht über die üblichen Methoden und Techniken gegeben.

Schließlich werden, unter Berücksichtigung der spezifischen Interessen der Teilnehmer, anhand verschiedener Fallbeispiele, einige der erörterten Methoden und Techniken dargestellt und diskutiert. Dieser Teil des Seminars soll es den Teilnehmern ermöglichen den Einsatz verschiedener Techniken auf ihre Eignung bei der Lösung verschiedener Probleme zu beurteilen.

Programm:

Teil I - Einführung

- Marktforschung als betriebliches Informationsinstrument.
  * Aufgabe, Gegenstand und Ziel der Marktforschung im Rahmen des marketingpolitischen Entscheidungsprozesses.
  * Rolle der Marktforschung im Prozeß der Marktanpassung und Marktbeeinflussung durch die Betriebe.
- Marktrelevante Faktoren.
- Marktbeobachtung, -beschreibung, -analyse und -diagnose, Trendprognose.
- Informationsquellen und Informationsbeschaffung durch das Unternehmen.

Teil II - Methoden und Techniken

- Sekundär- und Primärforschung.
  * Sekundärforschung (desk research).
  * Primärforschung:
    Quantitative Methoden: Darstellung ausgewählter Methoden und ihrer Anwendungsgebiete.
    Qualitative Methoden: Darstellung ausgewählter Methoden und ihrer Anwendungsgebiete.

Teil III - Fallstudien

- Anhand von Fallstudien werden die dargestellten Methoden und der phasenweise Ablauf verschiedener Marktforschungsprojekte durch Beispiele aus der Praxis erörtert und diskutiert.

Referent: Louis MEVIS, doctorandus en psychologie, diplomé en communication audio-visuelle, (ILRES - Luxembourg).

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Verkaufsleiter und andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 1.000.- Franken.

Datum: Montag, den 9. Februar 1987 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

LUXINNOVATION

7, rue Alcide de Gasperi
B.P. 1304
L-1013 Luxembourg

Téléphone: 43 62 63

Télex: 2784 sidlux lu

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

Fehlinvestitionen kann sich, besonders bei der derzeitigen konjunkturellen Lage kein Unternehmen leisten. Termine, Kosten und Erträge in Zusammenhang mit einem Investitionsvorhaben müssen „richtig" geplant werden.

Ziel dieser Seminarreihe, die unter Mitwirkung der „Betriebsberatung Gastgewerbe für Rheinland-Pfalz GmbH" und nach Rücksprache mit der HORESCA durchgeführt wird, soll es sein, die bei Investitionen zu beachtenden betrieblichen und außerbetrieblichen Aspekte aufzuzeichnen, sowie optimale Finanzierungslösungen vorzuschlagen.

Nachstehend findet der interessierte Leser alle Einzelheiten über den Zeitpunkt und den Themeninhalt der angesagten Veranstaltungen. Anhand von konkreten Beispielen mit entsprechendem Zahlenmaterial wird der Ablauf, von der Planung über die Finanzierung und Kontrolle bis hin zur Wirtschaftlichkeitsüberprüfung, eines Modernisierungs- oder Neubauprojektes dargestellt.

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, der 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: Montag, den 9. Februar 1987 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 und Mitglied der staatlichen Gutachtenkommission.

Teilnahmegebühr: 500.- Franken.

Datum: Montag, den 16. Februar 1987 von 19.30 bis 22.00 Uhr.

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 Finanzierungskonditionen geachtet werden sollte.
- Darstellung von allgemeinen Finanzierungsfehlern.

Referent: Experte der Betriebsberatung Gastgewerbe GmbH, Bad Kreuznach.

Teilnahmegebühr: 750.- Franken.

Datum: Montag, den 23. Februar 1987 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 9. März 1987 von 14.30 bis 18.30 Uhr.

* * * * *

Deckungsbeitragsrechnung als Führungsinstrument

Die Deckungsbeitragsrechnung eignet sich vorzüglich als Instrument zur Vorbereitung von Führungsentscheidungen. Sie ist weniger vergangenheitsbezogenes Überwachungsinstrument, sie ist vor allem dispositives, zukunftorientiertes Führungsmittel.

Mit dem Seminar wird das Ziel verfolgt, die Teilnehmer mit dem Wesen und der Funktionsweise dieses Instrumentes vertraut zu machen, um es im eigenen Unternehmen nutzbringend einsetzen zu können. Dabei stehen die vielfältigen praktischen Möglichkeiten im Vordergrund.

Programm:
- Worin bestehen Wesen und Funktionsweise der Deckungsbeitragsrechnung?
- Das Gewinnschwellendiagramm.
- Wie groß ist mein Fixkostenblock?
- Deckungsbeiträge als Überwachungsinstrumente.
- Was leistet die Deckungsbeitragsrechnung als Instrument zur Vorbereitung von preispolitischen Entscheidungen?
- Wo liegen Preisunter- bzw. Preisobergrenzen?
- Der Zusammenhang mit der Auslastung der betrieblichen Kapazitäten.
- Welche Steuerungsmöglichkeiten bestehen im Vertrieb?
- Die Abkehr von der Ausschließlichkeit des Umsatzdenkens.
- Grenzen der Anwendbarkeit der Deckungsbeitragsrechnung.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer und qualifizierte Mitarbeiter aus Groß- und Einzelhandelsbetrieben sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, die zur Entscheidungsfindung ein aussagefähiges Führungsinstrument benötigen.

Teilnahmegebühr: 1.200.- Franken.

Datum: Montag, den 16. Februar 1987, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 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 Mnemotechnik.
- Die klassische Gedächtnistechnik
  - * Darstellung des klassischen Verfahrens.
  - * Wie kommt man zu einem überdurchschnittlichen Gedächtnis?
  - * Mehrere Beispiele für die praktische Anwendung.
  - * Das Ortsgedächtnis kann man ausnutzen.
  - * Der Gedankengang als die Ordnung der Informationen.
- Das aktive Gedächtnis in der Rhetorik.
  - * Wirksame Gedächtnisstützen für das freie Reden.
  - * Bilder und Symbole sorgen für Anschaulichkeit und Farbe.
  - * Moderne deutsche Idiomatik.
  - * Anregungen und Ideenspender für das lebendige Sprechen.
  - * Änderungen des Konzeptes kurzfristig bewältigen.
- Überzeugen Sie mit 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., Kirkel (BRD)

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

Teilnahmegebühr: 4.000.-

Datum: Mittwoch, den 18., Donnerstag, den 19. und Freitag, den 20. Februar 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

La Chambre de Commerce est à votre service:

- Consultations juridiques gratuites
- 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.

SEMINARREIHE : Wie mache ich mich selbständig ?

Den Statistiken des zuständigen Mittelstandsministeriums zufolge, wurden in den letzten Jahren zwischen 2400 und 2800 Handelsermächtigungen pro Jahr ausgestellt, wobei die Zahl seit 1981 eine stetig steigende Tendenz aufweist. Der Anteil der auf den Bereich der Handelskammer entfallenden Ermächtigungen (Groß- und Einzelhandel, Hotels und Gaststätten) liegt im Durchschnitt bei 80%. Laufend werden die einzelnen Abteilungen der Handelskammer von niederlassungswilligen Existenzgründern auf die sich ihnen stellenden Probleme angesprochen und um Rat gebeten.

Diese Entwicklung läßt die Schlußfolgerung zu, daß, entgegen anderslautenden Annahmen, die Bereitschaft, ein neues Unternehmen aufzubauen oder einen bestehenden Betrieb zu übernehmen, nicht nachläßt, sondern sich verstärkt. Auch besagen die Statistiken, daß zunehmend Ermächtigungen, sowohl im Handel als im Handwerk, an Luxemburger erteilt werden, die man sonst als risikoscheu bezeichnet, während die Genehmigungen an ausländische Mitbürger eher stagnieren oder sogar rückläufig sind.

Wie dem auch sei, der Weg in die Selbständigkeit erfordert Mut, der durch die nötige Sachinformation unterstützt werden muß. Nicht jeder kann von sich aus die vielfältigen Probleme erfassen und in einem Gespräch die entsprechenden Fragen so formulieren, daß er eine erschöpfende Antwort erhält. Hierfür sind meistens schon wirtschaftliche, finanzielle, rechtliche und verwaltungstechnische Vorkenntnisse erfordert.

Die von der Handelskammer geplante Seminarreihe soll zur Aufklärung der Neuunternehmer in den verschiedenen Sparten ihres Bereiches beitragen. Sorgfältige Information über öfters noch unbekannte, oder nur teilweise erkannte Problemkreise ist Voraussetzung für eine erfolgversprechende Betriebsgründung oder -übernahme.

Auf den folgenden Seiten werden die einzelnen Tages- und Abendveranstaltungen, die in den kommenden Wochen und Monaten von in- und ausländischen Experten im Rahmen des 87er Seminarprogramms geleitet werden, vorgestellt. Sicherlich gibt es neben den angesprochenen Themen noch andere Gebiete, die von Interesse sind. Aus Zeit- und Raummangel kann dieses Mal leider nicht im einzelnen darauf eingegangen werden. Dies verhindert nicht, daß sie auf Wunsch der Seminarteilnehmer zu einem späteren Zeitpunkt in dem Programm Aufnahme finden. Besonders dringende oder spezifische Fragen können jedoch meistens, sei es durch ein Pausengespräch mit dem Seminarleiter oder eine anschließende Kontaktnahme mit den Beratungsdiensten der Handelskammer, separat behandelt werden.

Die Handelskammer ist jedenfalls immer bestrebt, dem Neuunternehmer mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Auch in der Folge dient sie ihm mit Weiterbildungskursen, Lehrgängen und Vorträgen, die auf die praktischen Bedürfnisse in allen Bereichen der Betriebsführung zugeschnitten sind.

1. Der Weg in die Selbständigkeit

Wie die Existenzgründung sorgfältig geplant, vorbereitet und realisiert wird

Mut, Ideenreichtum und Risikobereitschaft reichen zur Existenzgründung allein nicht aus. Der unerfahrene Existenzgründer benötigt vor allem umfassende Informationen, um Fehler zu vermeiden, die ihn nach kurzer Zeit bereits scheitern lassen würden. Sorgfältige Gründungsplanung, fundierte Sachkenntnis und gesicherte Finanzierung sind die wichtigsten Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start. Welche persönlichen, betriebswirtschaftlichen und sonstigen Aspekte dabei eine Rolle spielen, wird mit den zukünftigen Selbständigen ausführlich besprochen.

Programm :

- Darstellung der grundsätzlichen Erfolgsvoraussetzungen der Existenzgründung (worüber muß der Existenzgründer informiert sein, woran sollte er denken, bevor er seinen Plan realisiert).
- Diskussion mit den Teilnehmern über ihre geplanten Vorhaben wie man sie konkretisieren kann, wenn noch keine klaren Vorstellungen bestehen oder wie man Ideen bekommt.
- In welcher Größenordnung soll oder muß man einsteigen, um sich möglichst schnell im Markt zu etablieren (unter Berücksichtigung der von den Teilnehmern geäußerten Pläne).
- Alternativen zur Neugründung eines Unternehmens (es werden die verschiedenen Möglichkeiten zur Übernahme oder zur Beteiligung an einem bestehenden Unternehmen besprochen).
- Betriebswirtschaftliche Bedingungen für ein erfolgreiches Unternehmen (marktgerechtes Leistungsangebot, richtige Zielgruppe, Standortsuche, notwendige Planungen, Eröffnungswerbung, Erinnerungswerbung, Personalbeschaffung und Personaleinsatz).
- Kapitalbedarf und Kapitalbeschaffung, krisenfeste und kostengünstige Finanzierung.
- Die Betriebskosten als besonderer Planungs- und Rentabilitätsfaktor.
- Die Betriebseröffnung und ihre Vorbereitung.

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

Teilnehmerkreis : Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr : 2.000.- Franken.

Datum : Dienstag, den 24. Februar 1987 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr und Mittwoch, den 25. Februar 1987 von 9.00 bis 12.30 Uhr.

2. 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: 1.000.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 10., 12. und 17. März 1987, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

3. Mietrecht für Geschäftslokale

Im Laufe einer Abendveranstaltung werden in diesem Seminar die gesetzlichen Bestimmungen, die bei der Miete eines Geschäftslokales zu beachten sind, in luxemburgischer Sprache erläutert und anhand des Modells eines Mietvertrages dargestellt.

Programm:
- Allgemeine Rechte und Pflichten des Mieters und des Vermieters.
- Mieterschutz gemäß großherzoglichem Reglement über den Firmenwert („fonds de commerce").
- Eintragung des Mietvertrages bei der Enregistrementverwaltung.
- Behandlung des Mieters und des Vermieters im Einkommensteuerrecht.

Hinweis: Spezifische Probleme, die sich z.B. aus der Verbindung eines Mietvertrages mit einem Liefervertrag (insbesondere im Gaststättengewerbe) ergeben können, werden bei dieser Gelegenheit **nicht** vertieft.

Referent: Roger MOLITOR, expert comptable, réviseur d'entreprises.

Teilnehmerkreis: Personen, welche eine Betriebsgründung planen sowie Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen des Handels.

Teilnahmegebühr: 500.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 19. März 1987 von 19.30 bis 21.30 Uhr.

4. 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. Ein Schwerpunkt bildet die Erläuterung des neuen Gesetzes vom 27. November 1986 über verschiedene Geschäftspraktiken und den unlauteren Wettbewerb.

Programm:
- Gesetz über verschiedene Geschäftspraktiken und gegen den unlauteren Wettbewerb.
- Gesetzliche Regeln zur Preisfestsetzung.
- Beispiele aus der Praxis.

Teilnehmerkreis: Personen, welche eine Betriebsgründung planen sowie Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen des Handels.

Teilnahmegebühr: 750.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 24. und. 26. März 1987, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

5. 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: Personen, welche eine Betriebsgründung planen sowie Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen des Handels.

Datum: Montag, den 30. März 1987, von 19.30 bis 22.00 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 Verkaufsgespräches.
- 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 23. und Dienstag, den 24. Februar 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Die Rentabilitätsfaktoren: Umsatz - Kalkulation - Kosten Basis für den Betriebserfolg

Steigende Kosten, knappe Handelsspannen und geringe Umsatzzuwachsraten erfordern unbedingt eine Konsolidierung der Betriebe. Diese kann nicht geschehen durch die einseitige Bevorzugung einer Rentabilitätsgröße (z.B. reines Umsatzdenken) sondern nur durch die gleichzeitige gezielte Beeinflussung aller Rentabilitätsfaktoren:

- *des Umsatzes: durch gezieltes Fachhandelsmarketing*
- *der Kalkulation: durch eine geplante und kontrollierte Preispolitik*
- *der Kosten: durch eine systematische Überwachung*

Programm:

— Einführung:
* Die Ertragssituation im Fachhandel.
* Return-on-investment als Zielüberlegung.

— Umsatz:
* Checkliste zur Überprüfung der Rentabilitätsgröße „Umsatz".
* Handelsmarketing.
* Umsatzbeeinflussung/Stufenplan.
* Schwachstellen des Fachgeschäftes aus Verbrauchersicht.

— Kalkulation:
* Auswirkung von Kalkulationsänderung.
* Kalkulationsbeeinflussende Faktoren.
* Umsatzstruktur und Kalkulation.
* Ermittlung von Verrechnungssätzen.
* Möglichkeiten der Kalkulationskontrolle.

— Kosten:
* Kostenbelastung in div. Fachsparten — abgestellt auf den Teilnehmerkreis —
* Leistungs-, Kosten- und Ertragszusammenhänge.
* Mindestumsatz zur Kostendeckung.
* Kostenkontrolle.

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

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

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.

Datum: Montag, den 16. März 1987 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 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 Gesprächsführungsfähigkeiten werden erarbeitet und trainiert.

Referent: Elmar HEINSBERG, Wirtschaftspädagoge, 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 23. und Dienstag, den 24. März 1987, 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?
- Die häufigsten Fehlerquellen beim Telefonieren – wie lassen sie sich vermeiden?
- Das richtige Verhalten im Umgang mit schwierigen Kunden ist erlernbar.
- Erstellung eines Merkmal-Kataloges bzw. eines Gesprächsleitfadens für den praktischen Alltag und praktische Übungen.

Referent: Gerd REHBOCK, Verkaufstrainer, Hamburg.

Teilnehmerkreis: Inhaber und Mitarbeiter von Industrie- u. Handelsbetrieben, die häufig telefonieren, insbesondere Verkaufssachbearbeiter im Innen- und Außendienst, Mitarbeiter von Kundendienst und Serviceabteilung, sowie Mitarbeiter von Telefonzentralen.

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Montag, den 6. und Dienstag, den 7. April 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

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.

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

Banque du Gothard
l'expérience dans la gestion de fortune

M. L. Ottaviani - Directeur
MM. P.F. De Vita, Ch. Genson - Sous-directeurs
6, Avenue Marie-Thérèse/Luxembourg
tél. 46 15 66-7-8

Förderungstraining für den Führungsnachwuchs

Workshop der Unternehmerjunioren und Führungsnachwuchskräfte

** Wir suchen junge Leute, die neugierig auf sich selbst sind und an sich arbeiten möchten.*

** Wir bieten, eine interessante Gruppe von Junioren, die sich bereits ein wenig kennen und andere noch kennenlernen wollen.*

Die Gründung einer Juniorengruppe im Rahmen des Seminarprogramms der Handelskammer im November 1986 war ein wirklich schöner Erfolg. Eine junge Dame und 12 Junioren hatten sich ein Herz gefaßt und waren der Einladung gefolgt. Wenn auch der eine oder andere ein wenig geschickt worden war, so war doch gleichzeitig auch die Bereitschaft zu gegenseitigem Kennenlernen, zögernder Offenheit und erstem Miteinander deutlich erkennbar.

Sie alle waren der Idee gefolgt, daß es heute mehr denn je unumgänglich ist, sich für die Unternehmens- oder Führungsnachfolge wirklich gewissenhaft vorzubereiten und neben die fachliche Qualifikation auch und vor allem eigene Persönlichkeitskompetenz und Führungs- und Motivationsfähigkeit zu stellen. So waren sie alle besonders neugierig auf das Persönlichkeitsentwicklungskonzept, das ihnen vorgestellt wurde und mit dem beim 2. Workshop aktiv begonnen werden soll.

Die beiden Gründungstage waren vor allem mit vielerlei Kennenlern- und Kommunikationsspielen ausgefüllt. Es entwickelten sich freiere und lockere Dialoge, Neugierde füreinander und Wißbegierde steigerten sich aneinander und erste Begeisterungen kamen auf. So war es klar, daß die neugegründete Juniorengruppe ihre Organisationsstruktur für ihre künftige Zusammenarbeit vereinbarte und zwei Termine für April und Oktober 1987 festlegte. Besonders schön war es auch, daß sie beschlossen, die Gruppe für weitere neue Gruppenmitglieder offenzuhalten und Interessierte zum nächsten Workshop einzuladen.

Programm:

- Wir wollen die neuen Mitglieder in einer besonderen Weise in unsere Juniorengruppe einführen.
- Wir wollen uns mit der Idee der Persönlichkeitsentwicklung und den individuellen Veränderungsmöglichkeiten beschäftigen.
- Wir wollen die Verhaltenswissenschaft mit ihren scheinbar verschlungenen Wegen, Risiken und vor allem Entwicklungschancen kennenlernen.
- Wir wollen uns mit der Idee der Transaktionsanalyse auseinandersetzen und ihre Ziele und Methoden abwägen.
- Wir wollen anhand zahlreicher Übungen in die verschiedenen Erscheinungsformen unseres Kindheits-Ichs einsteigen und erste Neuentscheidungen treffen.

Referent: Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/Köln.

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

Teilnahmegebühr: 3.000.- Franken.

Datum: Mittwoch, den 8., Donnerstag, den 9. April 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und

Freitag, den 10. April 1987 von 9.00 bis 13.00 Uhr.

Für die beiden Abende (8. + 9.4.) sind besondere Treffen der gesamten Gruppe vereinbart.

Hinweis: Das Workshop wird am **21., 22. und 23. Oktober 1987** fortgesetzt. Das Programm für diesen Termin wird sich aus den Arbeiten beim April-Treffen ergeben.

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

Ihr Partner und Berater

Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unseres professionellen Engagements. Erfahrung, Technik und Kreativität sind wichtige Voraussetzungen für überdurchschnittliche Leistungen, ob es sich um Werbeprospekte, Geschäftspapiere oder Endlosformulare handelt.

Was es dazu braucht, sind erfahrene Fachleute mit hohem Qualitäts- und Terminbewußtsein. Moderne Technologie in Satz, Druck und Weiterverarbeitung. Um dem Kunden termingerecht mit einem vorteilhaften Verhältnis von Kosten und Leistung zu dienen.

Über 100 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen stehen für Sie bereit, für unsere Kunden im In- und Ausland. Unser Leistungsvermögen erlaubt es, unsern Vorsprung auch international unter Beweis zu stellen.

imprimerie fr. faber

Mersch + Luxembourg

☎ 32 87 32

Le formulaire en continu : une affaire de spécialistes

De nos jours le formulaire en continu occupe une place de choix au sein de chaque entreprise. Et pour cause : sa présence simplifie considérablement toute tâche administrative.

Grâce à 37 années d'expérience dans le domaine du formulaire en continu, Faber vous offre la garantie d'une fabrication toujours optimale.

Notre spécificité : être à la pointe du progrès dans l'informatique. Toujours attentive à l'évolution des techniques, notre imprimerie profite de l'information, de toutes les innovations et de l'expérience acquise au sein de l'association internationale des imprimeries spécialisées "Eforma" dont elle est un membre actif.

Nous imprimons toutes les variétés possibles et imaginables de formulaires pour ordinateurs, tout en produisant une qualité toujours constante.

Chaque étape de la production est sévèrement contrôlée, telle est la garantie que vous offre l'imprimerie Fr. Faber. Un contrôle électronique assure une précision exceptionnelle aux formulaires. Tous les types de perforations, de poinçonnages et de numérotations sont possibles.

Notre listing standard Faber est toujours disponible de stock et livrable de suite (au départ de nos ateliers de Mersch ou de Luxembourg). Il existe en plusieurs modèles : listing neutre, à lignes grises, à zonage en une couleur ou en double

teinte, en simple ou en multiple, en papier autocopiant ou avec carbone one time.

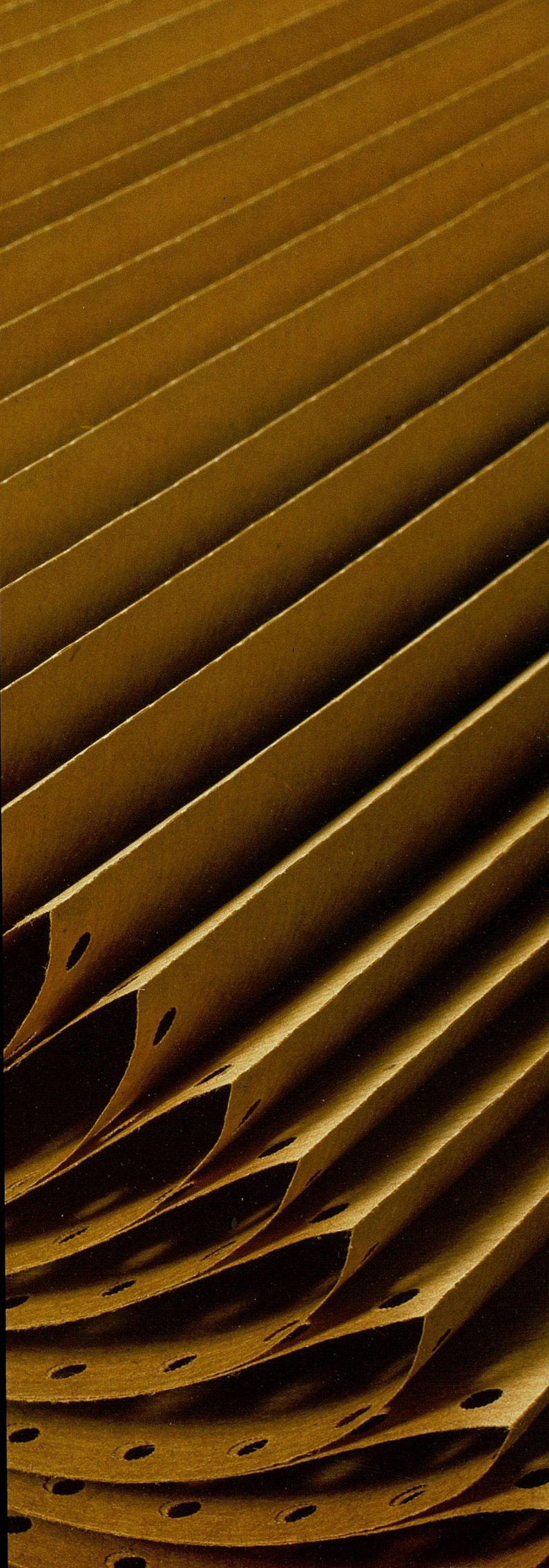
Encore et toujours à la pointe du progrès, Faber vous propose des formulaires fiables et d'une qualité parfaite pour vos imprimantes à laser ultrarapides.

Nos autres points forts : nos liasses de formulaires en continu, nos formulaires collés sur bandes en continu "Support-set", nos liasses snap-out ou collées en tête, nos étiquettes en continu ou en feuilles, nos enveloppes en continu et last but not least : **notre service ... en continu pour mieux vous servir.**

Si vous désirez en savoir plus, envoyez-nous votre carte de visite ou contactez-nous directement.

imprimerie
fr. faber

Mersch + Luxembourg ☎ 32 87 32



De la carte de visite à l'affiche...

L'impression feuille par feuille (offset et typographie) est avec l'impression en continu un de nos principaux secteurs. La diversité de nos installations nous permet de vous imprimer de la carte de visite à l'affiche 65 x 90 cm, du formulaire multiple au livre, en une, deux, trois ou quatre couleurs, etc...

L'installation récente de la sérigraphie complète la diversité de notre "gamme" : nous imprimons des autocollants et autres supports publicitaires originaux.

Mais nous ne nous contentons pas seulement de l'impression, nous vous conseillons dans la conception de vos imprimés. Notre graphiste conçoit et réalise pour vous vos maquettes, vos mises en pages, vos affiches, votre sigle etc...

imprimerie fr. faber

Mersch + Luxembourg ☎ 32 87 32

Mitarbeiter wirklich kooperativ führen

Praktische Wege zu mehr betrieblichem Miteinander

Wenn Unternehmen heute wirklich erfolgreich sein und bleiben wollen, dann entscheiden darüber nicht nur die spezielle Technologie und das Vertriebssystem, sondern vor allem das Zusammenwirken der Menschen im Unternehmen. Sie sind es, die sich bestimmte Ziele vornehmen, Pläne schmieden und Entscheidungen treffen. Sie sind es, die die notwendigen Arbeiten organisieren und durchführen, die die Ergebnisse kontrollieren und auch kritisch beleuchten. Sie sind es, die dabei Informationen und Meinungen austauschen, Fehler begehen und Konflikte verursachen, Sie sind es, die Sympathien füreinander empfinden, sich gleichgültig gegenüberstehen oder akute Schwierigkeiten miteinander haben.

Hier ist die führende und ordnende Hand des Chefs oder Vorgesetzten gefordert. Für ihn ist es dabei notwendig, eine kooperative Autorität zu entwickeln und Möglichkeiten der Mitarbeitmotivation einsetzen zu können. Sind seine Führungsmittel wirklich geeignet und schaffen sie Klarheit für die Mitarbeiter, so sind Selbständigkeit, Leistungsbereitschaft und Arbeitszufriedenheit die für alle selbstverständlichen Merkmale eines kooperativen Miteinanders.

Programm:

- Wir wollen uns mit unseren unbewußten Führungsmustern auseinandersetzen und Wege zu kooperativen Verhaltensweisen ergründen.
- Wir besprechen eine Mitarbeiterbewerbung und diskutieren Anforderung, Qualifikationshinweise und die psychologischen Mechanismen der Mitarbeiterauswahl.
- Wir erarbeiten in Gruppen verschiedene Stellenbeschreibungen und lernen Klarstellungen im Aufbau und Ablauf der gemeinsamen Arbeit.
- Wir setzen uns mit Motivationsanreizen auseinander und besprechen ihre Wirkungen anhand konkreter Fallstudien aus der täglichen Führungspraxis.
- Wir lernen, wichtige Verhaltensweisen der Mitarbeiter durch Anerkennung und eine besondere Form der Kritik zu steuern und gemeinsame Möglichkeiten zu Verhaltensänderungen zu erarbeiten.
- Wir legen konkrete Erfolgsschritte in der Führung der Mitarbeiter zu Leistung und Zufriedenheit fest und üben uns in der Umsetzung in unsere tägliche Führungspraxis.

Referent: Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/Köln.

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

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Donnerstag, den 14. und Freitag, den 15. Mai 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

COMPTABILITÉ GÉNÉRALE DE LUXEMBOURG

TOUS LES SERVICES D'UNE **FIDUCIAIRE** COMPÉTENTE ET AVANCÉE

TOSON & MULLER — COMPTABILITÉ GÉNÉRALE LUXEMBOURG

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

Zweites Semester

Werbung – Der Schlüssel zum Verbraucher

Für jedes Geschäft ist der Verbraucher der wichtigste Partner. Für alle Werbemaßnahmen bleibt der Konsument der entscheidende Bezugspunkt. Ob man den Umsatz steigern, den Kundenkreis erweitern oder neue Artikel einführen will, immer bleibt die Werbung der kürzeste Weg zum Verbraucher. Speziell im heutigen Wettbewerb ist die Werbung ein notwendiges Instrument zur wirtschaftlichen Selbsterhaltung. Wer es versteht, seine Werbung zielgruppengerecht zu konzipieren, saisongerecht einzusetzen und einprägsam zu gestalten, wird den klingenden Erfolg in seiner Ladenkasse spüren.

Dieses Seminar ist für jeden Betrieb als Ideenbörse eine lohnende Investition nach dem Motto: „Am Anfang des Erfolges steht die Idee."

Jeder Teilnehmer erhält einen Aktionsplan, der ihm ein erfolgreiches Umsetzen der Vorschläge im eigenen Betrieb ermöglicht.

Programm:

- Wie nutzt man die Standortanalyse für eine marktgerechte Werbung?
- Welche Zielgruppen können angesprochen werden?
- Wie entwickelt man zündende Werbeideen?
- Auf welche Weise findet man überzeugende Werbeargumente?
- Mit welchem Werbemittel erzielt man eine gute Streuung?
- Die betriebs- und standortgebundene Schaufensterauslage.
- Möglichkeiten der erfolgreichen Ladenwerbung.
- Die wichtigsten Gesetze für eine grafische Gestaltung und textliche Formulierung der Werbemittel.
- Welche Bestandteile gehören zu einer verkaufsstarken Anzeige?
- 25 Vorschläge für eine erfolgreiche Insertion.
- Wie schließt man den Erfolgskreis von Werbung und Verkauf?
- Gemeinschaftswerbung bringt Gemeinschaftserfolge?

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 28. September 1987 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

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 im Betrieb.
  - * 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: 1.500.- Franken.

Datum: Montag, den 19. Oktober 1987 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

LE FONDS DU LOGEMENT

COMMERCES À LOUER

Luxembourg-Gare
28, rue de Bonnevoie
53 m² + 41 m² de cave
disponible en avril

Esch-sur-Alzette
29, rue du Commerce
149 m² + 25 m² de cave
disponible en hiver 87/88
(pour pâtisserie avec salon)

COMMERCES À VENDRE

Luxembourg-Grund
13-15, rue St-Ulric (gauche)
56 m² + 32 m² de cave
libre de suite

Luxembourg-Grund
2-4, rue Münster
135 m²
disponible au printemps

Luxembourg-Grund
13-15, rue St-Ulric (droite)
30 m² + 15 m² de cave
libre de suite

Possibilité de
combiner avec le
rez-de-chaussée
de l'immeuble sis
17, rue St-Ulric (42 m²)

Echternach/Rue du Pont
74 m² et 97 m²
Possibilité de combiner
les 2 commerces
disponibles en hiver 87/88

Esch-sur-Alzette
15, rue du Commerce
78 m² + 10 m² de cave
disponible en automne

Esch-sur-Alzette
19, rue du Commerce
76 m² + 22 m² de cave
disponible en automne

Possibilité d'installer un
seul commerce dans ces
deux locaux de la
Rue du Commerce

Esch-sur-Alzette
23, rue St-Vincent
Café de 142 m² + 12 m² de cave
disponible en automne

Esch-sur-Alzette
23, rue du Commerce
118 m² + 36 m² de cave
disponible en automne

INFORMATIONS

À Luxembourg
14, avenue de la Gare - 7e étage
(de 08.00 à 12.30 heures
et de 13.30 à 17.00 heures)
☎ 478-397 (Mme Evelyne Franck)

À Esch-sur-Alzette
57, rue St-Vincent
(les mercredis
après-midis)

Konflikte erkennen und handhaben – Gespräche im Betrieb wirksam führen

In einem Unternehmen arbeiten Menschen zusammen, um das Betriebsziel gemeinsam zu erreichen. Aufgrund technischer, organisatorischer und zwischenmenschlicher Probleme kann es zu Spannungen und Konflikten kommen. Um die Betriebsziele zu erreichen, haben Vorgesetzte im Rahmen der Mitarbeiterführung die Aufgabe, Spannungen und Konflikte in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich rechtzeitig zu erkennen, zu steuern und möglichst dauerhaft zu lösen.

Die Funktion des Vorgesetzten ist mit Kosten- und Führungsverantwortung verbunden. Soll er den komplexen Aufgaben effektiv nachkommen, muß er delegieren und andere Führungstechniken kennen und anwenden.

Zentrales Führungsinstrument ist hierbei die situationsgerechte Gesprächsführung, die sowohl mitarbeiterorientiert, aber auch zeitökonomisch richtig eingesetzt werden muß.

Ziel des Seminars ist es zu zeigen und einzuüben, wie man Spannungen und Konflikte anhand von Konflikt-Signalen möglichst frühzeitig erkennen und steuern kann. Auch lernen die Teilnehmer wie man unproduktive Konflikte durch einen situationsgerechten Führungsstil vermeiden und eliminieren kann und wie man Gesprächs- und Fragetechniken in der Mitarbeiterführung zweckmäßig einsetzt und sich noch weiter verbessern kann.

Die eingesetzten Lehr- und Lernmethoden sind Vortrag, Lehrgespräch, Fallbeispiele, Rollenspiel, Diskussion und Erfahrungsaustausch, fachspezifische Aufsätze des Referenten zum Thema „Mitarbeiterführung" und „Gesprächsführung im Betrieb".

Programm:

Teil I

- Die Aufgabe des Vorgesetzten bei der Konfliktbewältigung und Gesprächsführung im Betrieb.
- Der Vorgesetzte zwischen betrieblichen Sachzwängen und dem Entfaltungswillen der Mitarbeiter.
- Erkennen und Offenlegen der häufigsten Spannungen in der Führungspraxis (Konfliktanalyse).
  * Spannungen durch Einzelpersonen, Arbeitsgruppen und konfliktsträchtige Aufgaben oder Organisationsformen.
  * Produktive Spannungen nutzen, unfruchtbare Konflikte erkennen und beenden.
- Möglichkeiten der Konfliktsteuerung durch situative Führung und situationsgerechte Gesprächsführung.
  * Typische Abläufe von Konflikten und phasengerechte Lösungsversuche.
  * Die große Bedeutung des „richtigen" Führungsstils
  * Regeln für konfliktgerechtes Führungsverhalten für den Vorgesetzten als Leiter seiner Arbeitsgruppe.
  * Selbstkritische Fragen an den Vorgesetzten als Konfliktshandhaber.
  * Streit schlichten und Beschwerden richtig behandeln.
- Anwenden der Methoden zur Konfliktlösung - Instrumente des Konflikt-Managements.
  * Änderung störender organisatorischer Voraussetzungen.
  * Erreichen einer Solidarität der Mitarbeiter durch motivierende Zielsetzung und Anweisung.
  * Schaffung eines „Wir-Gefühls" in der Arbeitsgruppe.
  * Kooperative Kommunikation durch Gruppengespräche.
  * Prüfliste für das Konfliktlösungsgespräch.

Teil II

- Kommunikation und Verständigung im betrieblichen Alltag.
  * Sprachliche und nicht-sprachliche Verständigung.
  * Sachbereich und zwischenmenschlicher Bereich: Inhaltsebene und Beziehungsebene.
- Gesprächsstile in der Führungspraxis.
  * Lenkende, direktive und mitarbeiterorientierte Gesprächsführung - Situative Gesprächsführung.
- Die Frage als Königsweg für die Antwort.
  * Lenkungs- und Fragetechniken im betrieblichen Gespräch mit Mitarbeitern.
- Grundsätze erfolgreicher Gesprächsführung.
  * Regeln mit Prüfliste.
- Aktiv zuhören können - wesentliches Element jeder Gesprächsführung.
- Wichtige Gesprächsarten in der Führungspraxis.
  * Einführungs- und Einarbeitungsgespräch.
  * Gespräch bei Anweisung und Auftragserteilung.
  * Das turnusmäßige Mitarbeiter-Informationsgespräch.
  * Das Anerkennungsgespräch.
  * Das konstruktive Kritikgespräch.
  * Das Beurteilungs- und Fördergespräch.

– Vorgesetztenverhalten bei Einwänden seitens des Mitarbeiters.

Referent: Gundolf KÜHN, Unternehmensberater, Lehrbeauftragter für Betriebspsychologie und Personalwesen an der Fachhochschule Giessen.

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 15. und Freitag, den 16. Oktober 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Moderne Kalkulation

Die traditionelle Kalkulation ist vom prozentualen Zuschlagsdenken geprägt. Sie ist in Handels- und Dienstleistungsbetrieben vorherrschend. Für dispositive Führungsentscheidungen ist diese Kalkulationsform nicht geeignet. Sie birgt sogar die Gefahr in sich, falsche Entscheidungen zu treffen, weil die Erfolgsträchtigkeit der einzelnen Absatzträger nicht zum Ausdruck kommt.

Moderne Kalkulationsverfahren gehen von der Notwendigkeit der Kostenzerlegung in fixe und variable Bestandteile aus. Die auf dem Teilkostendenken beruhende Kalkulationsmethode erfüllt die Zielsetzung besser.

Anliegen dieses Seminars ist es, die Teilnehmer mit der praktischen Anwendung dieses Kalkulationsverfahrens vertraut zu machen und sie zu befähigen, ihre verkaufspolitischen Entscheidungen fundierter treffen zu können.

Programm:
- Welche Ziele werden mit der Kalkulation verfolgt?
- Welche Kostenarten entstehen im Handels- und Dienstleistungsbetrieb?
- Aufbau und Inhalt des Kalkulationsschemas.
- Die Problematik der Zurechenbarkeit der Gemeinkosten.
- Was macht die moderne Teilkostenrechnung anders?
- Der Deckungsbeitrag als Steuerungsinstrument.
- Wo liegt die Gewinnschwelle?
- Die Ermittlung von stufenweisen Deckungsbeiträgen.
- Wie beeinflusse ich den Block der fixen Kosten?

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

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

Teilnahmegebühr: 1.200.- Franken.

Datum: Montag, den 26. Oktober 1987, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 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 verstehen und richtig anwenden: Fragetechniken, Argumentationstechniken, Einwandbehandlung.
- Ihr Trainings-Konzept zur persönlichen Entwicklung notwendiger Fähigkeiten.

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

Teilnehmerkreis: Berufsanfänger und Auszubildende im Einzelhandel.

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Montag, den 9. und Dienstag, den 10. November 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wer motiviert den Chef?

Einmal etwas für sich selber tun

In den vergangenen Jahren wurden für Chefs vielfältige Führungsmethoden und Motivationsverfahren entwickelt, die die Mitarbeiter zu mehr Selbständigkeit und Verantwortungsbewußtsein herausfordern sollten. Chefs und Chefinnen wurden dabei immer wieder angehalten, sich auf die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter einzustellen und geeignete Leistungs- und Zufriedenheitsanreize konsequent und systematisch einzusetzen. Sie selbst allerdings blieben bei allen Überlegungen zu Motivation außerhalb der Betrachtungen. Sie selbst hatten ständig in ihrem Unternehmen andere anzufeuern ohne selbst von anderen motiviert zu werden.

Ziel des Seminars soll es deshalb sein, Wege zur Selbstmotivation aufzuzeigen und die Freude an der Arbeit und dem Miteinander im Unternehmen weiterzuentwickeln.

Programm:

- Wir wollen uns mit den unternehmerischen Grundtugenden auseinandersetzen, die Wege zu einer langfristigen Unternehmenssicherung aufzeigen.
- Wir wollen uns mit der unternehmerischen Persönlichkeit beschäftigen und Fragen
  * der individuellen Grundeinstellung,
  * des Umgangs mit Beachtung,
  * der Frustrations- und Streßstabilität,
  * der Sozialverhaltensweisen

  abhandeln und diskutieren.
- Wir wollen Wege zu verstärktem Selbstwertgefühl und klarer Führungsautorität aufzeigen.
- Wir wollen uns in die Philosophie des radikal Positiven hineinversetzen.

Referent: Prof. Norbert A. HARLANDER, Institut für Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/Köln.

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

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Mittwoch, den 11. und Donnerstag, den 12. November 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Foires et Expositions – Février 1987

21.2.-1.3.1987 – Luxembourg – EUROPLEINAIR
Salon Européen de la Vie en Plein Air – Tél.: 439 91

21.2.-1.3.1987 – Nürnberg
Exposition de Voitures, Motocyclettes, Course et Equipement
Tél.: 09 11/866 91

22.-24.2.1987 – Munich
Journées du Prêt-à-Porter – Tél.: 089/51 99 00

22.2.-24.2.1987 – Amsterdam, Pays-Bas – MODAM
Salon International de l'Habillement Masculin et Féminin des Jeans et des Vêtements de Sport et de Loisir
Tél.: 020/15 68 11

22.2.-25.2.1987 – Londres, Royaume-Uni – IMBEX
Exposition Internationale de l'Habillement Masculin
Tél.: 01/940 60 65

22.2.-25.2.1987 – Manchester, Royaume-Uni
Salon de Cadeaux – Tél.: 01/855 92 01

23.2.-6.3.1987 – Dubai
Foire Internationale de Printemps – Tél.: 24 50 88

25.2.-26.2.1987 – Harrogate, Royaume-Uni INSTRUMENTATION
Exposition de l'Instrumentation de Mesure et Contrôle
Tél.: 0822/46 71

26.2.-1.3.1987 – Munich – ISPO-Frühjahr
Salon International des Articles de Sport – Tél.: 089/5 10 70

26.2.-8.3.1987 – Bruxelles, Belgique – BATIBOUW
Salon International du Bâtiment et de la Décoration
Tél.: 02/660 00 32

27.2.-1.3.1987 – Hannover – KIND & JUGEND
Salon International ENFANCE-JEUNESSE Cologne
Tél.: 0221/82 11

Pour tous renseignements complémentaires la Chambre de Commerce se tient à votre disposition.

En ce qui concerne les dates indiquées, nous vous prions d'en demander confirmation auprès de l'organisation avant votre départ.

Mehr Geld verdienen beim Einkauf

Spezialtraining für den zukunftssicheren Geschäftserfolg durch positive Lieferantenbeziehungen

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

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

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

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

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

Programm:

- Neue Wege zum Aufbau und zur Pflege partnerschaftlicher Geschäftsbeziehungen.
  * Leistungsergebnisse im Team finden.
  * Persönlichkeitsbildung zum Einkaufs-Profi.
  * Identifikation des Lieferanten mit eigenen Unternehmensstärken.
  * Positive Argumentationsgewandtheit in der Gesprächsführung.
  * Erfolgsatmosphäre schaffen.

- Strategische Ziele und Aufgaben für Lieferanten-Spitzenleistungen setzen.
  * Verkäuferpraktiken erkennen und besser verstehen.
  * Sympathiefelder in den persönlichen Beziehungen analysieren und nutzen.
  * Lieferanten zu Nutzenbietern erziehen.
  * Der Wert der Erstinformation für den Wettbewerbsvorsprung.

- Psychologische Barrieren überwinden.
  * Motivkonzentriert einkaufen.
  * Frage- und Einwandtechniken für Geschäftspartnerschaften.

- Außergewöhnliche Einkaufsvorteile erzielen.
  * Moderne Methoden zur Anbieter-Analyse.
  * Mit strategischer Motivation zum gemeinsamen Kundennutzen.
  * Mit dialektischer Rhetorik sich gegenüber Lieferanten geschickt durchsetzen.

- Verhandlungsgeschick bei Monopolisten-Verhandlungen.
  * Die strategisch richtige Verhandlungsvorbereitung.
  * Wirkungsvolle Nutzenargumentation.
  * Erkenntnisse zur Abschlußtechnik.

- Zusammenfassung der Trainingsergebnisse zur Verwertung in der Praxis.

Referent: Paul KÖCKMANN, Strategieberater und Motivationstrainer, Ratingen.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Zentraleinkäufer, Abteilungsleiter für Sortimentsbereiche, Einkaufsexperten von Groß- und Einzelhandelsunternehmen und Einkaufsgenossenschaften, sowie Handels- und Lieferantenvertreter von Industrieunternehmen.

Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.

Datum: Montag, den 16. und Dienstag, den 17. November 1987, 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 Ihre Mitarbeiter falsch behandelt wurde?

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

Doch die Praxis kennt ein anderes Bild: Viele Verkäufer, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter mit Kundenkontakt vermitteln 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 „größzügig" heißen. Man muß es nur können! Hier will dieses Seminar helfen. Anhand praktischer Beispiele soll das gesamte Spektrum der Reklamationsbehandlung im persönlichen Gespräch bzw. Telefongespräch behandelt werden.

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

Programm:

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

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

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

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

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Montag, den 23. und Dienstag, den 24. November 1987 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Calendrier des foires et salons

(sauf changements)

---

du 7 au 9 septembre 1987

‹banque '87›

"BANQUE '87" - Salon Européen de la Technique et de l'Organisation Bancaire
au BELLA CENTER à Copenhague (Danemark)

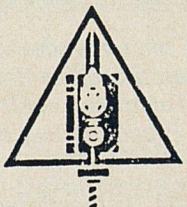
---

du 3 au 11 octobre 1987

51e FOIRE INTERNATIONALE DE LUXEMBOURG - Automne '87
Participations officielles, informations économiques et touristiques * matériaux de construction * chauffage, climatisation et installations sanitaires * ameublement et décoration * audio-visuel (radio, tv, hifi et vidéo) livres * articles de cadeaux * équipement industriel, artisanal et agricole.

---

du 26 au 28 octobre 1987



"INPOLEX '87"
Salon International des Equipements de la Police
organisé en collaboration avec la F. I. F. S. P.
* Equipements de surveillance et de détection * matériel de sécurité * techniques et recherches * équipement collectif et individuel * armes et munitions * littérature professionnelle.

---

du 26 au 29 octobre 1987

bureautec

"BUREAUTEC '87"
Salon Interrégional des Techniques de Bureau et de Communication
* Equipements et meubles de bureau * traitement électronique des données * équipements et systèmes de traitement de texte * dispositifs d'organisation et matériel de bureau * systèmes de contrôle et de sécurité * littérature professionnelle.

„HAUSMESSEN", „TAG DER OFFENEN TÜR"
Vorbereitung, Organisation und Durchführung

Öffentlichkeitsarbeit und Messeveranstaltungen, gleich welcher Art, sind Dienstleistungspotentiale.

Allzu oft werden diese in ihrer Bedeutung für die Markttransparenz des entsprechenden Unternehmens nicht erfolgversprechend genutzt. Hierzu soll dieses Seminar beitragen.

Speziell in der Vorbereitung und Durchführung von publikumswirksamen Veranstaltungen sind Kriterien zu beachten, die oft in ihrer Bedeutung unterschätzt werden. Deshalb ist der Schwerpunkt dieses Seminars auch durch diese Punkte zu ergänzen.

Dieses Arbeitsseminar will Anregungen geben, Hinweise vermitteln, aufzeigen, was beachtet werden muß, um Veranstaltungen dieser Art zu einer beachtenswerten Erfolgsgröße werden zu lassen. Ein Seminar mit Erfahrungsaustausch und Anregungen.

Programm:

- Die „Hausmesse", der „Tag der offenen Tür" – kein Allheilmittel für Umsatzstagnation, aber ein Ausweg in eine neue Richtung.
- Die Vorbereitung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen dieser Art.
- Das Rahmenprogramm, Ziel und Gestaltung.
- Welche Hilfsmittel (Presse, Industrieunternehmen, Berater) stehen zur Verfügung – können eingesetzt werden.
- Kostenkalkulation – Kostenkontrolle.
- Die Arbeit „nach der Veranstaltung".

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

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, die die Durchführung von Hausmessen entscheiden, verantworten und/oder gestalten müssen.

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Mittwoch, den 25. und Donnerstag, den 26. November 1987, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Methoden zur Lösung schwieriger Probleme und zum Finden neuer Ideen

Ziel dieses Seminars soll es sein, die Teilnehmer mit einer Reihe neuer Techniken bekanntzumachen, die entweder vom Einzelnen oder im Team bei der Lösung schwieriger Probleme erfolgreich angewendet werden können. Durch umfangreiche Übungen an praktischen Fällen werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, die entwickelten Techniken sofort in die eigene Praxis zu übernehmen. Somit haben die Teilnehmer die Gelegenheit, besonders instruktive Probleme und Beispiele aus ihrem Arbeitsbereich zur Diskussion zu stellen.

Während des Seminars werden bewährte Lehr- und Lernmethoden wie Vortrag, Lehrgespräch, Diskussion, Gruppenarbeit, Einzelarbeit im Plenum, Problemlösungskonferenz, usw., eingesetzt.

Programm:

– Tägliche Anforderungen
- Die Führungskraft als Problemlöser.
- Notwendigkeit originärer Lösungen in unserer heutigen Wettbewerbssituation.

– Die Stufen schöpferischen Denkens
- Motivation, Analyse und Definition.
- Inkubation, Synthese.
- Illumination, Verifikation.
- Systematisch-logische Techniken.
- Intuitiv-kreative Verfahren.

– Vier bewährte Techniken zur Lösung schwieriger Fälle in der Praxis

a) Die morphologische Technik
- Morphologische Analyse und morphologischer Kasten.
- Die fünf Schritte.
- Zerlegung in die Problemelemente.
- Suche nach Lösungsmöglichkeiten.
- Optimierung und Auswertung.
- Schwierigkeiten bei der technischen Durchführung und ihre Behebung.
- Anwendungsgebiete.
- Praktische Beispiele als Übungsmöglichkeit.

b) Methode 635
* Herkunft, Anwendungsbereich und Erfolgsrate.
* Vorbereitung, Durchführung, Auswertung.
* Regeln und Grundsätze.
* Praktische Übungen anhand eigener Probleme.

c) Das Brainstorming
* Voraussetzungen und Grundlagen.
* Spaten- und Schneeschaufelfragen.
* Die Grundsätze des Brainstormings.
* Vorbereitung.
* Zeit - Ort - Zeitpunkt der Einladung.
* Zusammensetzung.
* Regeln und Grundsätze für den Brainstormingleiter.
* Durchführung, Auswertung.
* Nachfassen, Erfolg.
* Spezielle Möglichkeiten zur Steigerung des Ideenflusses.
* Anwendungsbereiche, Übungen.

d) Das Solo-Brainstorming
* Solo-Brainstorming und Eigenmotivation.
* Stimulationsmöglichkeiten.
* Anwendungszeitpunkt.
* Äußere Voraussetzungen.
* Ablauf, Auswertung.
* Persönliche Einsatzmöglichkeiten in schwierigen Situationen.

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

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

Teilnahmegebühr: 3.500.- Franken.

Datum: Dienstag, den 1. und Mittwoch, den 2. Dezember 1987 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.

Foires et Expositions – Mars 1987

Mars 1987 – Toulouse, France – ROC EXPO
Salon de l'Artisanat et des Techniques pour la pierre, le marbre et le granit – Tél.: 61/25 21 77

1.-2.3.1987 – Bern, Suisse – SMS
Exposition Internationale d'Echantillons de Chaussures
Tél.: 01/47 57 19

1.-5.3.1987 – Bruxelles, Belgique – FLOREX
Salon Technique de Matériel et Equipement pour Fleuristes
Tél.: 02/478 48 60

1.-9.3.1987 – Bruxelles, Belgique – EUROPACADO
Salon Professionnel de Cristaux, Lustrerie, Porcelaines, Céramiques, Orfèvrerie, Jouets, Cadeaux et Objets d'Ameublement
Tél.: 02/478 48 60

2.-4.3.1987 – Birmingham, Royaume-Uni
Exposition Nationale de l'Hôtellerie – Tél.: 021/705 67 07

3.-29.3.1987 – Londres, Royaume-Uni
Exposition des Arts Ménagers – Tél.: 01/222 93 41

4.-8.3.1987 – Kortrijk, Belgique
Salon des Loisirs Créatifs – Tél.: 056/21 55 51

4.-8.3.1987 Copenhague, Danemark – MICRODATA
Conférence et Exposition des Micro et Mini Ordinateurs et du Software – Tél.: 01/51 88 11

4.-11.3.1987 – Hannover
Salon Mondial de Bureautique, d'Informatique et de Communication – Tél.: 0511/891

5.-7.3.1987 – Stuttgart – GARN
Salon International Spécialisé des Fils et Fibres
Tél. 0711/258 90

5.-8.3.1977 – Salzbourg, Autriche – AUSTRO-BAU
Salon d'Autriche de la Construction – Tél.: 0222/266 52 60

5.-8.3.1987 – Salzbourg, Autriche – INTERIEUR SALZBURG
Salon de la Décoration de l'Intérieur et de l'Ameublement
Tél.: 0222/266 52 60

5.-8.3.1987 – Salzbourg, Autriche – ISOTHERM
Salon Professionnel d'Isolation, Equipement sanitaire et Chauffage – Tél.: 0222/266 52 60

5.-10.3.1987 – Barcelone, Espagne – HISPACK
Salon International de l'Emballage – Tél.: 93/223 31 60

5.-15.3.1987 – Genf, Suisse
International Motor Show – Tél.: 022/98 11 11

6.-10.3.1987 – Milan, Italie – MODIT
Exposition Internationale de la Mode Féminine et des Accessoires à la Mode – Tél.: 02/80 14 06

6.-15.3.1987 – Amsterdam, Pays-Bas – HISWA
Salon Nautique International – Tél.: 020/541 14 11

6.-15.3.1987 – Francfort
Exposition de Jardinage – Tél.: 06131/8 10 44

7.-10.3.1987 – Vejle, Danemark – SPORTEX
Salon Professionnel des Vêtements et des Articles de Sport
Tél.: 02/89 12 77

7.-15.3.1987 – Maastricht, Pays-Bas
Foire Internationale des Antiquaires et de l'Art
Tél.: 043/21 66 66

8.-11.3.1987 – Grenoble, France – SIG
Salon Professionnel International des Articles et de la Mode des Sports d'Hiver – Tél.: 76/39 66 00

8.-11.3.1987 – Düsseldorf – IGEDO
Salon International du Prêt-à Porter Féminin avec IGEDO-DESSOUS – Tél.: 0211/45 07 71

8.-11.3.1987 Cologne
Salon International de la Quincaillerie, Outillage, Serrures & Ferrures, Matériaux de Construction et Bricolage
Tél.: 0221/82 11

8.-15.3.1987 – Paris, France – SIA
Salon International de l'Agriculture
Tél.: 01/ 427 188 44

8.-15.3.1987 – Paris, France – SIMA
Salon International de la Machine Agricole
Tél.: 01/ 75 811 10

10.-12.3.1987 – Londres, Royaume-Uni
COMMUNICATIONS LONDON
Exposition de la Communication
Tél.: 021/ 70 56 707

10.-12.3.1987 – Zurich, Suisse – SEMICON EUROPA
Salon International des Semi-Conducteurs
Tél.: 415 / 96 45 111

10.-13.3.1987 – Oslo, Norvège
ELECTRONICS AND AUTOMATION
Exposition de Technique de Mesure, Automation, Electronique
Tél.: 02 / 43 80 80

13.-15.3.1987 – Salzburg, Autriche
MODE MADE IN AUSTRIA
Salon Professionnel International
Tél.: 0662 / 37 55 10

13.-15.3.1987 – Saarbrucken
Saarländisch-Pfälzischer Internistenkongress,
Exposition de Produits Pharmaceutiques
et de l'Equipement Médical
Tél.: 06 322 / 8602

13.-22.3.1987 – Berne-Suisse
Salon des Antiquaires à Berne
Tél.: 031/22 73 69

14.-15.3.1987 – Wien, Autriche
Salon Autrichien de la Chaussure
Tél.: 0222 / 93 15 240

14.-22.3.1987 – Freiburg
Exposition du Jardinage
Tél.: 761 / 71 020

14.-22.3.1987 – Cologne
Salon d'Allemagne Occidentale des Objets d'Art
Cologne-Dusseldorf
Tél.: 0221 / 8211

14.-22.3.1987 – Ulm – L-W. F. ULM
Exposition de l'Hobby et des Loisirs
Tél.: 0731 / 69 094

14.-23.3.1987 – Basel, Suisse
Foire Suisse d'Echantillons
Tél.: 061 / 26 20 20

15.-17.3.1987 – Sindelfingen
Exposition pour l'Equipement Sportif
Tél.: 0711 / 76 38 42

15.-18.3.1987 – Birmingham, Royaume-Uni – GLASSEX
Exposition Internationale de Verre et de la Technologie
Tél.: 0378 / 77 966

15.-21.3.1987 – Leipzig, DDR
Foire de Printemps de Leipzig
Tél.: 041 / 71 810

16.-20.3.1987 – Amsterdam, Pays-Bas – FIAREX
Salon International de l'Electronique
Tél.: 020 / 54 11 411

17.-19.3.1987 – Bordeaux, France – ELECTRON
Journées de l'Electronique
Tél.: 56 / 39 55 55

17.-19.3.1987 – Manchester, Royaume-Uni – POWTECH
Salon et Conférence Internationaux de la Technologie
et de la Poudre
Tél.: 01/68 65 741

Ein nicht alltäglicher Abschied vom Berufsleben

Fünfzig Jahre lang war Herr Emile Emmel im Sekretariat der Handelskammer beschäftigt. Nun tritt er am 1. Februar 1987 in den wohlverdienten Ruhestand. Anläßlich eines Empfanges schilderte am vergangenen Freitag Herr Direktor Ahlborn den beruflichen Werdegang von Herrn Emmel, der 1936 in die Handelskammer eintrat. Er besuchte Abendkurse um sich weiter zu bilden. So ist es nicht verwunderlich, daß Herr Emmel schnell im Betrieb weiter kam, wo er in verschiedenen Abteilungen mitwirkte: z. B. in der Berufsausbildung, in der Buchhaltung, in der Dokumentation und im Archiv. Er war nicht nur ein treuer Mitarbeiter, sondern auch ein guter Kollege, der stets ein kameradschaftliches Verhältnis aller Mitarbeiter förderte. So wie er in allen Zeiten seiner Kammer treu war, genau so treu war er im Krieg auch seiner Heimat. Das brachte ihm Gefängnisstrafen ein und er verschwand im belgischen Maquis. Am Vorabend eines neuen Lebensabschnittes darf Herr Emmel, als préposé principal honoraire de la Chambre de Commerce, stolz darauf sein, daß er seinen Prinzipien stets treu geblieben ist.

FOIRES INTERNATIONALES LUXEMBOURG

Calendrier / Kalender / Calendar 1988

05.03. - 13.03.1988 :	EUROPLEINAIR '88
17.03. - 20.03.1988 :	14e SALON DES ANTIQUAIRES, DE LA BROCANTE ET DE L'ART CONTEMPORAIN
	7e FESTIVAL DU LIVRE LUXEMBOURGEOIS
* 26.03. - 27.03.1988 :	EXPOSITION CANINE INTERNATIONALE
* 03.04. - 04.04.1988 :	JUVALUX '88
* 07.05. - 15.05.1988 :	52e FOIRE INT. DE LUXEMBOURG printemps / Frühjahr / spring
* 11.06. - 14.06.1988 :	PREVENTEX '88 - MONTREAL (Canada)
* 08.10. - 16.10.1988 :	53e FOIRE INT. DE LUXEMBOURG automne / Herbst / autumn
* octobre / Oktober october 1988	INPOLEX '88

Journées

"PORTE OUVERTE HOUSE FINISH"

en 1987

31.1. et 1.2.1987 – "SPECIAL HIVER"
4.4. et 5.4.1987 – "SPECIAL PRINTEMPS"
12.9. et 13.9.1987 – "SPECIAL RENTREE"
de 14.00 à 18.00 heures
Foires Internationales Luxembourg-Kirchberg halls 1 et 2

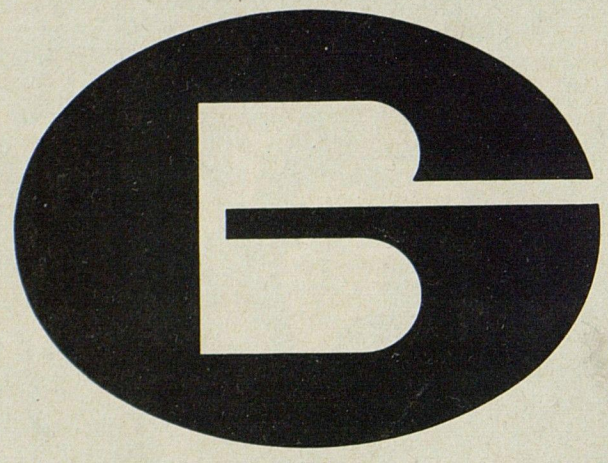
Partie intégrante du Parc des Expositions à Luxembourg-Kirchberg, l'exposition permanente pour le parachèvement de l'habitat – **"HOUSE FINISH"** – est devenue depuis 1974 le centre d'information des architectes, entrepreneurs et futurs propriétaires ainsi que de tous les intéressés à la restauration et à la rénovation.

Dans le hall 1/2 des Foires Internationales de Luxembourg, le visiteur intéressé trouve sur une surface d'exposition de 3.000 m^2 les produits de plus de 500 firmes, couvrant toutes les branches du second-oeuvre.

Les exposants conseillent personnellement les visiteurs lors des journées **"PORTE OUVERTE HOUSE FINISH"** qui sont complétées par des conférences et des présentations diverses.

Le **HOUSE FINISH** est le guide indispensable de tous ceux qui tiennet à se procurer une vue d'ensemble de l'offre du marché dans cet important secteur.

L'ENTREE EST GRATUITE.



Banque Générale du Luxembourg

Société anonyme

la banque au service de tous

Impr. ZIERDEN s.à r.l., Luxbg