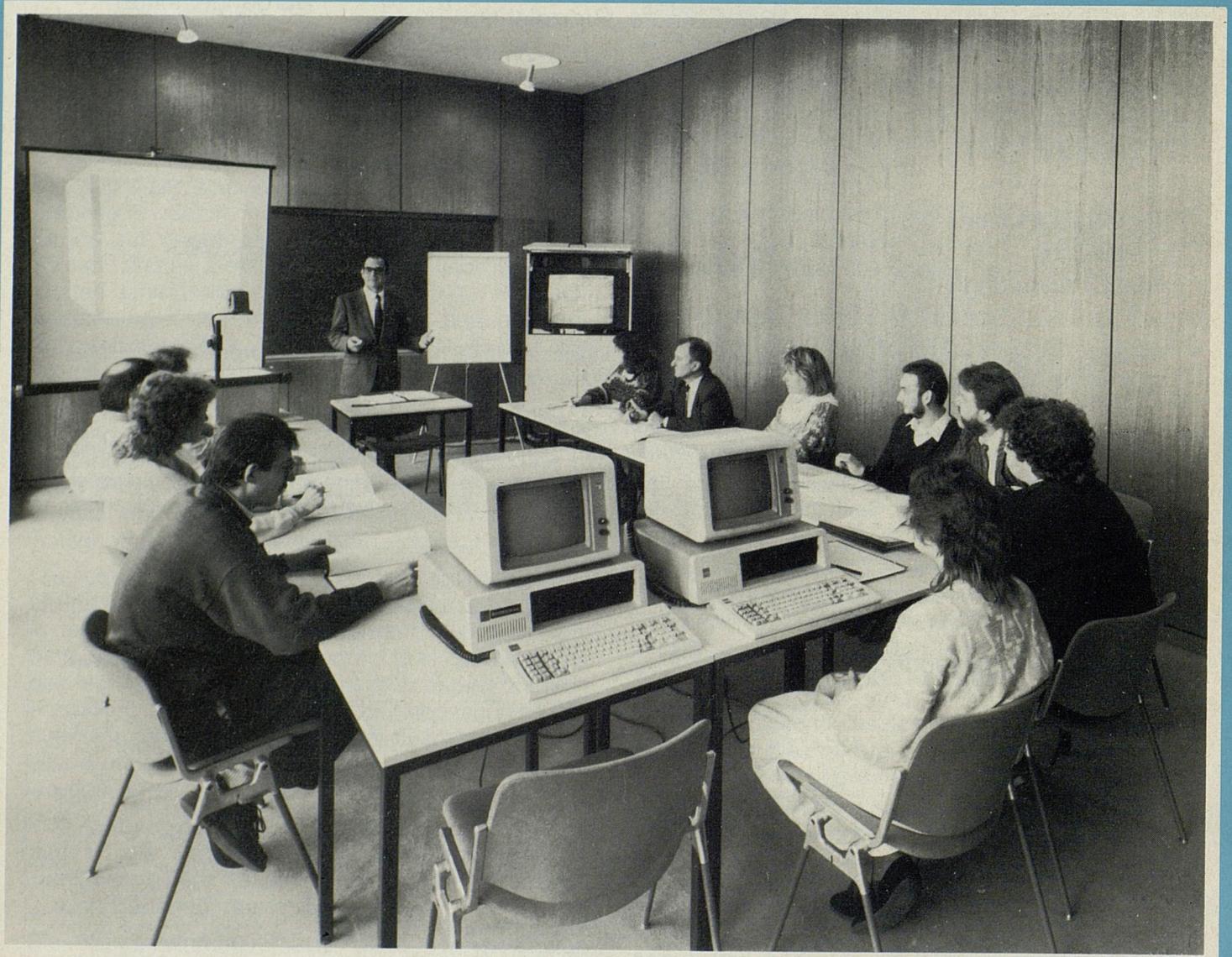


MerKUR

DE LETZEBURGER

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



La Chambre de Commerce présente à tous ses ressortissants et aux lecteurs de son bulletin une bonne et heureuse année 1989.

Fortbildungsseminare
der Handelskammer

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

1/89

Neue Lehrlingsentschädigungen im Handel und im Dienstleistungsbereich sowie im Hotel- und Gaststättengewerbe

(gültig ab 1. Januar 1989 - Index: 439,38 - laut Ministerialbeschluß vom 16. 12. 1988)

| Bruttolehrlingsentschädigungen*) für | | in Lux F/Monat |
|--|---|-----------------|
| | Verkäufer, Lagerverwalter, Dekorateure, Bauzeichner | Büroangestellte |
| 1. Lehrjahr | 9.381.- | / |
| 2. Lehrjahr | 11.947.- | / |
| 3. Lehrjahr | 17.377.- | 19.693.- |
| nach bestandener praktischer Abschlußprüfung (1) | 26.376.- | 26.376.- |

- *) Zusätzlich hat der Lehrling am Ende eines jeden Ausbildungsjahres Anrecht auf eine **Erfolgsprämie** in der Höhe von 10% der jährlichen Lehrlingsentschädigungen unter der Vorausgabe daß:
- der Lehrling sein Lehrjahr erfolgreich abgeschlossen hat,
 - die vom Ausbildenden im Berichtsheft verzeichneten Resultate genügend sind,
 - der Lehrling während der jährlichen Referenzperiode nicht mehr als 30 Tage Abwesenheit im Betrieb aufweist.
- Die Erfolgsprämie wird auf den Gesamtbetrag der Entschädigungen, die dem Lehrling während der Referenzperiode vom 1. Oktober bis zum 30. September bewilligt wurden, berechnet. Sie ist spätestens am nächsten folgenden 31. Dezember auszuzahlen.

| Bruttolehrlingsentschädigungen**) für | | in Lux F/Monat |
|--|----------|-----------------|
| | Köche | Servierpersonal |
| 1. Lehrjahr | 13.647.- | 12.579.- |
| 2. Lehrjahr | 17.167.- | 16.209.- |
| 3. Lehrjahr | 19.618.- | / |
| nach bestandener praktischer Abschlußprüfung (1) | 26.376.- | 26.376.- |

- **) Die hier angegebenen Entschädigungen sind als Bruttobeträge, einschließlich der Vergütungen in Naturalien, zu verstehen.

(1) Anmerkung

Bei einer Vertragsverlängerung, bei nichtbestandener theoretischer aber bestandener praktischer Abschlußprüfung haben die Lehrlinge der Berufssparten Verkäufer, Lagerverwalter, Dekorateure, Bauzeichner, Büroangestellte, Koch, Servierpersonal Anrecht auf eine monatliche Lehrlingsentschädigung von 25.484.-.

40 Jahre Weiterbildung bei der Handelskammer

„1992 – der europäische Binnenmarkt“, sind Begriffe geworden, die verstärkt in allen politischen und wirtschaftlichen Reden und Vorträgen vorkommen und bei den Zuhörern oft die bange Frage aufwerfen „Was geschieht bis dahin und wie bereite ich mich darauf vor?“

Sicher ist, daß der europäische Binnenmarkt im Werden ist. Erste Schritte dazu sind bereits in die Wege geleitet worden. Luxemburg ist einer der ersten Befürworter dieses Einheitlichen Europäischen Marktes, bei dessen Aufbau es seit den Nachkriegsjahren mitgewirkt hat.

Dieser europäische Markt ist für unser Land das, im Gegensatz zu seinen großen Nachbarn, über keinen eigenen Binnenmarkt verfügt, eine wirtschaftliche Notwendigkeit. Die verschärfte Konkurrenz für das wirtschaftliche System und für den einzelnen Betrieb, die aus einer solchen Anbindung an ein größeres Gebilde erwächst, war und ist für Luxemburg kein Grund zur Angst. Unsere Kleinraumwirtschaft mit seinen offenen Grenzen stellt sich schon seit dem letzten Jahrhundert (Zollunion und später Belgisch-Luxemburgische Wirtschaftsunion) der ausländischen Konkurrenz, im Import wie im Export von Waren und Dienstleistungen.

Der Preis, den Luxemburg zahlen muß um im internationalen Wettbewerbskampf bestehen zu können, besteht auf der Angebotsseite in der Qualität und im Preis seiner Waren und Dienstleistungen. Die beste Qualität und der beste Preis hängen von modernen Anlagen und gut ausgebildetem Personal ab.

Die Ausbildung beschränkt sich nicht auf die alleinige Grundausbildung die (vor Antritt der Berufslaufbahn) in der Schule erworben wird, sondern muß auch nach dem Schulabschluß weiterlaufen. In einer Zeit, in der der technologische Fortschritt sich explosionsartig entwickelt, ist eine kontinuierliche Anpassung an den neuesten Wissensstand in allen Gebieten und auf allen Ebenen zu einer absoluten Notwendigkeit geworden.

In Luxemburg, wie in den anderen europäischen Ländern ist die Weiterbildung, verstärkt seit den 70er Jahren, zu einem festen Bestandteil der Ausbildung in allen Berufssparten geworden.

Die Handelskammer hatte diese Notwendigkeit bereits in den Nachkriegsjahren erkannt und gibt ihren Mitgliedern seit 1948 die Möglichkeit in Abendkursen Kenntnisse in den Bereichen Buchhaltung, Sprachen, Korrespondenz und Steuern zu erwerben.

In der gleichen Zeit bot die Kammer eine spezifische Ausbildung für Bankangestellte an, die in den 70er Jahren in Zusammenarbeit mit der Bankenvereinigung ausgebaut wurde und heute gemeinsam von beiden Organisationen getragen wird. Im Jahresdurchschnitt besuchen etwa 1300 Bankangestellte diese Kurse.

Die Palette der Weiterbildungsmöglichkeiten bei der Handelskammer hat sich mit der Nachfrage im Laufe der Jahre beachtlich erweitert und umfaßt, neben den Abendkursen, eine ganze Reihe von 1-2 Tage-Seminaren in den verschiedensten Sparten der Betriebsführung, und dies für Betriebe im geschäftlichen wie auch im industriellen Bereich (siehe Programm 1989 in dieser Nummer).

Nicht nur Unternehmer oder angehende Unternehmer nutzen diese Weiterbildungsmöglichkeiten. Viele Mitarbeiter der Handelskammerangehörigen schreiben sich in die Kurse und Seminare ein.

Durch das Gesetz vom 21. Mai 1979, über den technischen und beruflichen Unterricht hat der Gesetzgeber der Weiterbildung eine legale Grundlage gegeben, die ermöglichen soll

- die Grundausbildung von qualifizierten Berufstätigen an den neuesten Stand der Technik und die wirtschaftlichen Bedürfnisse anzupassen;
- denjenigen, die sich keine berufliche Qualifikation während der obligatorischen Schulzeit angeeignet haben, eine elementare berufliche Ausbildung mittels eines Schnellbildungssystems zu vermitteln;
- den Berufstätigen die Möglichkeit zu bieten, ein Abschlußdiplom außer ihren Arbeitsstunden vorzubereiten.

Hinzu kommt, daß die Handelskammer vom Gesetzgeber mit der Durchführung der Schnellausbildung in verschiedenen Berufssparten, wie die Ausbildung von Güter- und Transportunternehmern, Gastwirten und Geschäftsleuten, beauftragt wurde. Mittlerweile besuchen jährlich 1.000 Kandidaten diese Kurse.

Um die in diesem Gesetzestext vorgesehenen Möglichkeiten in die Praxis umzusetzen zu helfen, besteht bei der Handelskammer eine Abteilung „Weiterbildung“, die sämtliche angesprochenen Abendkurse und Seminare vorbereitet und verwaltet.

Seit Inkrafttreten des Gesetzes von 1979, daß heißt während der letzten 10 Jahre, haben mehr als 15.000 Teilnehmer die von der Handelskammer abgehaltenen Kurse besucht, ein Beweis dafür auf welches großes Interesse die Weiterbildung bei den luxemburgischen Unternehmen stößt.

Diese Zahlen bürgen dafür, daß Luxemburg dem internationalen Wettkampf im Rahmen des europäischen Binnenmarktes begegnen und mit Zuversicht in die Zukunft blicken kann.

Durch die Einweihung des Ausbildungszentrums der Handelskammer am 13. Januar 1989 soll in diesem Sinne ein Zeichen gesetzt werden.

Fortbildungsseminare der Handelskammer

Programm 1989

Die Handelskammer ist seit vielen Jahren auf dem Gebiet der beruflichen Weiterbildung tätig. Seit 1978 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 laufende 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. Nicht allein zeugt davon deren Verankerung im Gesetz vom 21. Mai 1979 über den technischen und beruflichen Unterricht.

Auf den nachfolgenden Seiten wird das für 1989 vorgesehene Seminarprogramm in chronologischer Reihenfolge vorgestellt. Wie gewohnt, wurde bei dessen Ausarbeitung den bisher gesammelten Erfahrungen Rechnung getragen und, was die endgültige Ausrichtung betrifft, auf den wertvollen Rat und Beistand des „Comité de promotion professionnelle pour le commerce et le secteur HORESCA“ unter der Präsidentschaft von Herrn Francy Hippert als gewähltes Kammermitglied, zurückgegriffen.

Dem Leser soll durch diese Veröffentlichung erlaubt werden, die ihn oder seine Mitarbeiter interessierenden Themen rechtzeitig vorzumerken, bzw. in seinem Terminkalender für 1989 einzuplanen. Zusätzliche Einzelheiten werden gerne von der Fortbildungsabteilung der Handelskammer auf Anfrage telefonisch mitgeteilt.

Führung einer Verkaufsorganisation im Großhandel

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

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

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

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

- Motivationsmöglichkeiten im Außendienst – Umsatzsteigerung durch Verkäuferwettbewerb?
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen: Werbung, Preispolitik – Kostenüberlegung im Außendienst.
- Praktische Beispiele, Gruppenarbeiten und Fallstudien.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, kaufmännische Leiter, Verkaufsleiter und qualifizierte Nachwuchskräfte, die für Führungsaufgaben im Vertrieb vorgesehen sind.

Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.

Datum: Montag, den 13. und Dienstag, den 14. Februar 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung mit dem Personal-Computer

Die Finanzbuchhaltung steht bei den EDV-Anwendungen in den Unternehmen an erster Stelle. Der praktische Einsatz scheidet sehr häufig daran, daß die betriebspezifischen Aspekte zu wenig vom Unternehmen formuliert und vom Software-Haus nicht richtig erkannt werden. Weiter fühlt sich der Unternehmer in der Auswahl des richtigen Softwarepaketes oft allein gelassen. Die richtige Wahl trifft man umso sicherer, je besser man mit der EDV umgehen kann.

Im Mittelpunkt des Seminars steht daher die praktische Anwendung eines Finanzbuchhaltungs- und Kostenrechnungspaketes, an dem der Teilnehmer selbst testen und diskutieren kann, ob die angebotene Software für sein Unternehmen paßt oder nicht. Dazu kommen Checklisten, mit denen man die eigenen betriebspezifischen Anforderungen formulieren kann.

- Programm:**
- Einführung in die Funktion des Personal-Computers.
 - * Software-Angebote.
 - * Betriebssysteme.
 - * Bausteine eines jeden Programms.
 - * Dateien, Sätze, Menütechnik und Masken.
 - Praktischer Einsatz der Finanzbuchhaltung am PC.
 - * Kapazitätsberechnungen / Parametersteuerung.
 - * Erstellen der Stammdateien.
 - * Buchungen aller Art, Sachbuchungen.
 - * OP-Debitoren, OP-Kreditoren, Kostenstellenbuchungen.
 - * Fakturierung / Lagerwirtschaft.
 - * Monatsabschluß, Jahresabschluß.
 - * Summen- und Saldenbilanzen.
 - * Mahnungen / Zahlungsvorschlagslisten.
 - * Umsatzsteuervoranmeldung.
 - * Betriebswirtschaftliche Auswertungen.
 - Marktanalyse von Software nach dem Motto: „Wie finde ich das richtige Programmpaket für meinen Betrieb?“
 - Checkliste, Referenzen, Tests, Eigenarbeit

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 ein EDV-gestütztes Rechnungswesen einführen bzw. sich darin einarbeiten wollen.

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Donnerstag, den 16. Februar 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und Freitag, den 17. Februar 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr.

INNOVATION
INNOVATION

SERVICE DE PROMOTION ET D'ASSISTANCE A L'INNOVATION

7, rue Alcide de Gasperi
B.P. 1304
L-1615 LUXEMBOURG

Tél.: 436263
Télex: 60174 chcom
Téléfax: (352) 438326

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 erforderlich.

Die von der Handelskammer geplante Seminarreihe, die in den letzten zwei Jahren ein sehr großes Interesse gefunden hatte, 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 89er Seminarprogramms geleitet werden, vorgestellt. Sicherlich gibt es neben den angesprochenen Themen noch andere Gebiete, die von Interesse sind. Aus Zeit- und Rummangel 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 persönliche, betriebswirtschaftliche und sonstige 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: Montag, den 20. Februar 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr und
Dienstag, den 21. Februar 1989 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, das in luxemburgischer Sprache abgehalten wird, faßt die wichtigsten Gesetzesfragen zusammen, beschreibt die praktischen Behördengänge und erläutert die einzelnen Schritte anhand von Beispielen.

Programm: – Die Gesetzgebung über die Handelsermächtigungen.
– Erläuterung einzelner branchenspezifischer Fragen.
– Zusätzliche Genehmigungen und Eintragungen.

Referent: Albert FRANK, Inspecteur principal, Ministère des Classes Moyennes

Teilnehmerkreis: Personen, welche eine Betriebsgründung planen.

Teilnahmegebühr: 1.000.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 23., 28. Februar und 2. März 1989, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

3. 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 in luxemburgischer Sprache erläutert. Ein Schwerpunkt bildet die Erläuterung des 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.

Referent: Paul EMERING, avocat-avoué, attaché juridique, Chambre de Commerce.

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

Teilnahmegebühr: 750.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 7. und 9. März 1989, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

**COMPTABILITÉ
GÉNÉRALE
DE
LUXEMBOURG**

TOUS LES SERVICES D'UNE
FIDUCIAIRE
COMPÉTENTE ET AVANCÉE



**TRANS WORLD BUSINESS
AND
TRUST COMPANY
OF
LUXEMBOURG**

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

Registre de Commerce de Luxembourg :
A-26425

Renseignements :
Mme Josette MULLER, Dir. Admin.

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

Bureaux :
82, avenue Victor Hugo
LUXEMBOURG

Télex :
1856
TOSON LU

4. Finanz- und Investitionsplanung im Groß- und Einzelhandel

– Staatliche Investitionshilfen –

Ausschlaggebend für den Erfolg des Unternehmens ist neben der erfolgreichen Bearbeitung der Märkte und der rationellen Produktion in immer stärkerem Maße die richtige Finanzierung. Sie soll in Eigenkapitalausstattung und Fremdkapitalbeschaffung unternehmensgerecht sein, also die Struktur, das Produktionsprogramm, die Ertragsaussichten, die Kapitalverbindung, den Finanzbedarf bei Umsatzsteigerungen und andere Faktoren berücksichtigen und für einen ausreichenden Aktionsspielraum sorgen.

Die Teilnehmer sollen nach diesem Seminar, das in luxemburgischer Sprache abgehalten wird, kritisch beurteilen können, welche Finanzierungsform für den jeweiligen Bedarf am günstigsten ist, wo Risiken in der derzeitigen Finanzierung ihres Unternehmens liegen und welche Verbesserungsmöglichkeiten sich anbieten.

- Programm:**
- Grundlagen der Investitionsplanung.
 - * Finanzielles Gleichgewicht im Betrieb.
 - * Aufbau und Inhalt der Investitionsplanung.
 - Wirtschaftlichkeitsrechnung.
 - Finanzierung.
 - * Finanzierungsformen.
 - * Finanzplanung und Liquidität.
 - Steuervergünstigungen.
 - Staatliche Investitionshilfen.
 - * Rahmengesetz des Mittelstandes.
 - * Ausrüstungskredite (SNCI).
 - * Steuerliche Investitionshilfen.

Referent: Paul HUBERTY, attaché économique, Chambre de Commerce.

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

Teilnahmegebühr: 750.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 14. und 16. März 1989, jeweils von 19.30 bis 22.00 Uhr

5. 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 als 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.

Referent: Marcel THINNES, directeur de banque

Teilnehmerkreis: Personen, welche eine Betriebsgründung planen, sowie Betriebsinhaber und leitende Mitarbeiter von Industrie und Handelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 750.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 21. und 23. März 1989, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

6. 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: Paul Emering, avocat-avoué, attaché juridique, Chambre de Commerce.

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

Teilnahmegebühr: 500.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 6. April 1989 von 19.30 bis 21.30 Uhr.

7. Selbständiger Kaufmann oder Handelsgesellschaft?

Das Handelsrecht regelt eine Reihe von juristischen Formen, unter denen ein mittelständisches Unternehmen die für seinen konkreten Einzelfall geeignete Struktur wählen kann. Diese Frage stellt sich naturgemäß zuerst bei der Betriebsgründung, doch auch bei bestehenden Betrieben gibt es durchaus Fälle, wo eine Änderung der Unternehmensformen sich aufdrängen kann.

In diesem Seminar werden die verschiedenen, oft sogar widersprüchlichen Gesichtspunkte erläutert, die bei der Wahl der richtigen Unternehmensform zu berücksichtigen sind.

- Programm:**
- Wer tritt als Eigentümer und/oder Geschäftsführer auf?
 - Welche Investitionen sind geplant und wie ist die Finanzierung aufgebaut?
 - Wird die Tätigkeit in einem betriebseigenen Gebäude ausgeübt und, falls ja, ist eine Trennung zwischen Besitz- und Betriebseinheit sinnvoll?
 - Wie weit soll die Haftung des (der) Eigentümer(s) gehen?
 - Welche Verpflichtungen ist der Betrieb bereit, bei der Erstellung, Prüfung und Veröffentlichung der Bilanz einzugehen?
 - Welche Gründungskosten kann der neue Betrieb tragen?
 - Unter welcher Form wollen die Eigentümer und/oder Geschäftsführer der Sozialversicherung unterliegen?
 - Wie hoch liegt die steuerliche Belastung bei den verschiedenen Unternehmensformen?

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: 750.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 11. und 13. April 1989 jeweils von 19.30 bis 21.30 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.

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 verschiedenen Betriebsbereichen.
 - * Auswirkung auf die Ertragssituation – 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.

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

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken

Datum: Montag, den 27. Februar 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.



Vous êtes chef d'entreprise ou indépendant
Vous désirez disposer d'un équipement
à la pointe du progrès

N'oubliez pas la formule

LEASING

un mode de financement souple

avec votre partenaire la

**CAISSE D'ÉPARGNE DE L'ÉTAT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG**

Banque de l'État

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 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 6. und Dienstag, den 7. März 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.



EUROGUICHET - LUXEMBOURG

7, rue Alcide de Gasperi, L-1615 Luxembourg

Tél.: 43 58 53

Un service que la Chambre de Commerce met à votre disposition pour vous fournir des informations sur le droit communautaire, la coopération transfrontalière, les programmes des CE, etc.

KOMPASS,

plus qu'un simple annuaire industriel.

C'est un système exclusif d'information utilisé par les hommes d'affaires dans le monde entier !

Kompass éditions générales

| | | |
|--------------------|---------------------------|--------|
| Allemagne | (2 volumes - 37.000 stés) | 8.400 |
| Australie | (3 volumes - 19.000 stés) | 9.400 |
| Autriche Industrie | (1 volume) | 6.900 |
| Autriche Commerce | (1 volume) | 6.900 |
| Belgique | (2 volumes - 23.000 stés) | 6.900 |
| Danemark | (2 volumes - 15.300 stés) | 6.900 |
| Espagne | (2 volumes - 24.000 stés) | 6.900 |
| France | (4 volumes - 82.000 stés) | 10.300 |
| Grande-Bretagne | (3 volumes - 38.000 stés) | 8.100 |
| Indonésie | (1 volume - 29.000 stés) | 6.500 |
| Irlande | (1 volume - 5.500 stés) | 3.700 |
| Israël | (1 volume - 5.500 stés) | 6.900 |
| Italie | (3 volumes - 28.500 stés) | 9.300 |
| Malaisie | (2 volumes - 19.000 stés) | 6.900 |
| Maroc | (1 volume - 6.000 stés) | 6.900 |
| Norvège | (2 volumes - 15.400 stés) | 6.900 |
| Pays-Bas | (2 volumes - 24.000 stés) | 6.900 |
| Singapour | (2 volumes - 15.500 stés) | 6.900 |
| Suède | (2 volumes - 12.500 stés) | 6.900 |
| Suisse | (2 volumes - 23.000 stés) | 6.900 |

Dirigeants & Cadres

| | | |
|----------|--------------------------|-------|
| Belgique | (1 volume - 23.000 stés) | 4.700 |
| Pays-Bas | (1 volume - 24.000 stés) | 4.700 |
| Suisse | (1 volume - 32.000 stés) | 4.700 |

Pour obtenir les annuaires KOMPASS:

Téléphone : 49 60 51

Télex : 60468 itap - réf : kompass

Téléfax : 49 60 56

Tous nos prix s'entendent
hors TVA (6%).

KOMPASS



KOMPASS

*Business to Business
Informations*



Le présent tarif annule et
remplace les précédents

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.

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 Offenlegung der häufigsten Spannungen in der Führungspraxis (Konfliktanalyse)
 - * Spannungen durch Einzelpersonen, Arbeitsgruppen und konfliktträchtige 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 Konfliktthandhaber.
 - * 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 nichtsprachliche 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:

2.500.- Franken.

Datum:

Donnerstag, den 16. März 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.30 Uhr und
Freitag, den 17. März 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr

Telefonmarketing

Das Telefon, ein unverzichtbares Instrument zur Kundenpflege und Erzielung von Verkaufserfolgen

Das Telefon als wichtiges Kommunikationsmittel für die unterschiedlichsten Kundenkontakte bis zum eigentlichen Verkaufsinstrument gewinnt immer mehr an Bedeutung. Hieraus ergeben sich aber auch höhere Ansprüche an den Telefonierenden. Denn nur wer richtig telefonieren kann, gewinnt mehr Kunden, erzielt höhere Umsätze.

In vielen Fällen ist oft nur noch das Telefongespräch die einzige regelmäßige Kontaktbrücke mit dem Kunden. Diese Entwicklung zeigt, daß in den einzelnen Unternehmen mehr Wert auf die personelle Seite der Telefonarbeit gelegt werden muß. Oftmals ist die personelle Besetzung mit den Anforderungen kundengerechter Telefonarbeit überfordert.

Dieses Seminar will dem erfahrenen Seminarteilnehmer helfen, seine Qualifikation noch weiter zu steigern. Ihm Mittel und Wege aufzuzeigen, wie er seine Leistungen im Berufsalltag steigern kann.

- Programm:**
- Bedeutung und Umfang des Begriffes „Telefonmarketing“.
 - Telefonkontakte – Wo sie bestehen und was zu beachten ist.
 - Die Bedeutung wirksamer Rhetorik für die Telefonarbeit.
 - Schwierige Gesprächs- und/oder Verhaltenssituationen am Telefon.
 - Die Bedeutung richtiger Fragetechnik am Telefon.
 - Kundeneinwände erfolgreich meistern.
 - Kostenbewußtes Telefonieren.
 - ... welche Aufgaben kann das Telefon noch übernehmen?
 - Auswertung und individuelle Analyse der Rollenspiele und der Praxisübungen zur Sprechtechnik.
 - Erstellung einer individuellen Checkliste zum erfolgreicherem Telefonieren.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Außendienstmitarbeiter, Verkaufssachbearbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, die durch gezielten Telefoneinsatz ihre Verkaufsleistung steigern wollen oder viel telefonieren müssen.

Teilnahmegebühr: 2500.- Franken.

Datum: Montag, den 20. und Dienstag, den 21. März 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

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.

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

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.

Datum: Montag, den 20. März 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Den Personal-Computer im Handelsbetrieb sicher einsetzen und beherrschen

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:**
- Stand der derzeitigen PC-Anwendung und des PC-Marktes.
 - * Stand und Entwicklung der Betriebssysteme.
 - * Stand der Hardware.
 - * Mindestausstattung für Unternehmen.
 - * Vernetzung, Verbundlösungen.
 - * Einplatz- und Mehrplatzsysteme.
 - MS/DOS-Betriebssystem.
 - * Funktionen des Betriebssystems.
 - * Anwendung des Betriebssystems mit praktischen Übungen am PC.
 - Textverarbeitung.
 - * Anforderung an eine Textverarbeitung.
 - * Praktische Übungen mit einem Textverarbeitungsprogramm am PC.
 - Finanzierungen berechnen.
 - * Checkliste für den Einkauf von Finanzierungen.
 - * Vergleichsanalyse von verschiedenen Angeboten am PC.
 - * Produktkalkulation der Banken am PC.
 - * Vergleich Leasing oder Kauf vor und nach Steuern am PC.
 - * Fragen der persönlichen und betrieblichen Finanzierungen mit Lösungen am PC.
 - Tabellenkalkulation.
 - * Systematik eines Tabellenkalkulationsprogramms.
 - * Erstellen eines praktischen Programms für einen Handels- oder Gaststättenbetrieb.
 - * Einsatz des Tabellenkalkulationsprogramms „Supercalc“.
 - * Anwendungsmöglichkeiten solcher Programme im Betrieb.
 - EDV-Projektmanagement im Betrieb.
 - * Richtige Auswahl von Software.
 - * Referenzen, eigene Tests.
 - * Festlegung von Prioritäten, Pflichtenheft.
 - * Kauf der entsprechenden Hardware.
 - * Aufgaben der Geschäftsführung.
 - Eigene Problemkreise der Teilnehmer können gelöst werden.
- 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 kennenlernen möchten.
- Teilnahmegebühr:** 2.500.- Franken.
- Datum:** Donnerstag, den 13. und Freitag, den 14. April 1989, 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

d'tageblatt as s éng Sue wäert



C O M E D



d'tageblatt. Mat him sid Dir ëmmer um Ball. An ëmmer am Bild. Ob e Rekord gebrach, eng Beschtleeschung gebueden oder en Titel gewonn gouf.

De Sport gët am tageblatt ganz grouss geschriwwen. Mä och soss hu mer vill ze bidden: lieweg Kommentaren, aktuell News, intressant Hannergrondinformatiounen, nätzlech Service-Säiten. Kuckt dach mol an d'tageblatt: d'tageblatt as séng Sue wäert.

tageblatt
zeitung fir lëtzebuerg

Beratend verkaufen

Verkaufstraining für Mitarbeiter im Einzelhandel

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

Die Art und Weise der Verkaufsgesprächsführung in beratungsintensiven Branchen unterliegt grundsätzlich eigenen Gesetzmäßigkeiten, denn beraten ist etwas anderes als bedienen.

Zielsetzung der Kundenberatung ist, das Risiko des Fehlkaufs für den Kunden zu mindern, ja auszuschliessen. Damit gewinnt der Verkauf eine neue Dimension; es wird nicht nur eine Ware verkauft, sondern eine individuelle Lösungsidee und die geeignete Ware angeboten.

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

Ziel des Intensiv-Trainings ist es, die Beziehungen zum Kunden 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, Dipl. Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge und Unternehmensberater, Hürth-Gleuel.

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

Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.

Datum: Montag, den 17. und Dienstag, den 18. April 1989, jeweils von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 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 das in luxemburgischer Sprache abgehalten wird, 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, Arbeitsgerichtbarkeit, Gewerbeinspektion.
 - Die Beschäftigung von Sonderkategorien von Lohnempfängern.
 - Die Organisation des Arbeitsmarktes.

Referent: Paul MOUSEL, avocat-avoué.

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

Teilnahmegebühr: 1.250.- Franken.

Datum: voraussichtlich am 18., 20., 25., 27. April, 9. und 11. Mai 1989, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

● **HINWEIS:** Sollte bis zu dem obenangeführten Zeitpunkt die sich momentan auf dem Instanzenweg befindliche Neufassung der Arbeitgesetzgebung noch nicht rechtskräftig sein, könnten die angegebenen Daten um 4-6 Wochen verschoben werden.

Gedächtnis und Konzentration in der Rhetorik und Verhandlungsführung

Gedächtnisstärke verleiht Souveränität beim Reden und Argumentieren

Die Leistungsfähigkeit einer Führungskraft hängt zu einem beachtlichen Teil von ihrer Gedächtnis- und Konzentrationsfähigkeit ab. Wer in Verhandlungen und Gesprächen Daten und Fakten sofort auf den Tisch legen kann, ist anderen überlegen.

Die Effizienz der täglichen Arbeit wird vergrößert, wenn mehr aktives Wissen einfließt. Auch die freie Rede baut auf einem guten Gedächtnis auf.

Die Verbesserung der Gedächtnisleistung ist eine Denk- und Arbeitstechnik, die erlernt werden kann. Der Referent - führender Spezialist auf diesem Gebiet im deutschsprachigen Raum - trainiert mit den Teilnehmern und gibt ihnen die notwendigen Anregungen, Anleitungen und Hinweise, damit sie die natürlichen Grundlagen ihres Gedächtnisses nützen und ausbauen können. Sie 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 aktuelles Beispiel für die Wirksamkeit und Zuverlässigkeit der Gedächtnistechnik.
 - * Das Geheimnis der Gedächtnis- und Konzentrationstechnik in der klassischen Mnemotechnik.
- Die klassische Gedächtnistechnik.
 - * Darstellung des klassischen Verfahrens.
 - * Wie kommt man zu einem überdurchschnittlichen Gedächtnis?
 - * Mehrere Beispiele für die praktische Anwendung.
 - * Das Ortsgedächtnis kann man ausnutzen.
 - * Der Gedankengang als die Ordnung der Informationen.
- Das aktive Gedächtnis in der Rhetorik.
 - * Wirksame Gedächtnisstützen für das freie Reden.
 - * Bilder und Symbole sorgen für Anschaulichkeit und Farbe.
 - * Anregungen und Ideenspenden für das lebendige Sprechen.
 - * Änderungen des Konzeptes kurzfristig bewältigen.
 - * Die „Quintessenz“ als wirkungsvolle Argumentation (Fünfsatz-Technik).
- Überzeugen Sie mit Ihren Argumenten.
 - * Wirksames Argumentieren und diplomatisches Überzeugen.
 - * Die zweckmäßige Auswahl der Argumente.
 - * Situationsgerechter Beginn und zielgerichteter Gedankengang.
 - * Schlußfolgern ohne Brüche und Schwachstellen.
 - * Im Gespräch den Überblick behalten.
- Besondere Merkverfahren.
 - * Die Kettentechnik, Vor- und Nachteile, Anwendungsmöglichkeiten.
 - * Das lebendige Alphabet: Die Assoziationen gelingen immer!
 - * Tages- und Monatsbilder.
 - * Der Kalender im Kopf.
 - * Termine und Geheimzahlen (zum Beispiel PIN) ohne Papier merken.

Referent: Dieter WILHELM, Dipl.-Kfm., Kirkel

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

Teilnahmegebühr: 4.500.- Franken.

Datum: Montag, den 24., Dienstag, den 25. und Mittwoch, den 26. April 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Merkur
DE LETZEBURGER

Editeur: Chambre de Commerce

7, rue Alcide de Gasperi, B.P. 1503
L-1015 Luxembourg-Kirchberg
Tél.: 43 58 53
Télex: 2784 sidlux lu
Téléfax: 43 83 26

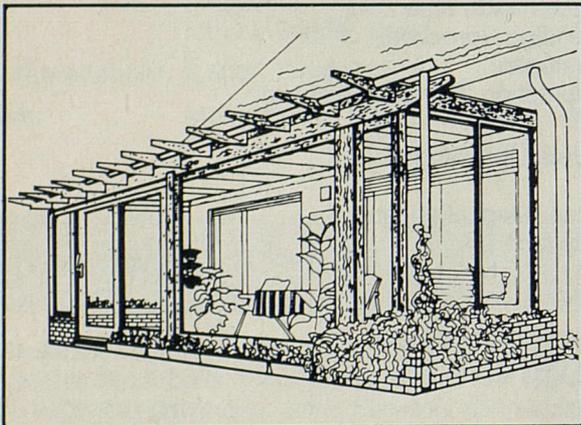
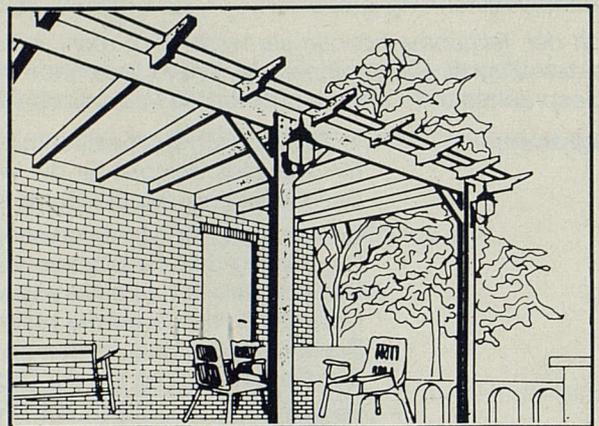
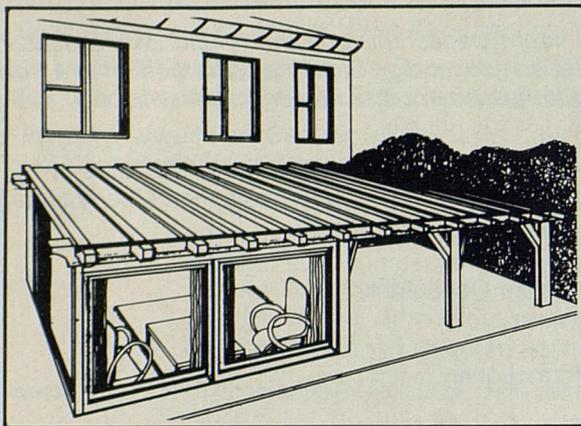
Paraît 10 fois par an
Reproduction autorisée avec
mention de la source

Imprimerie Zierden s.à.r.l.

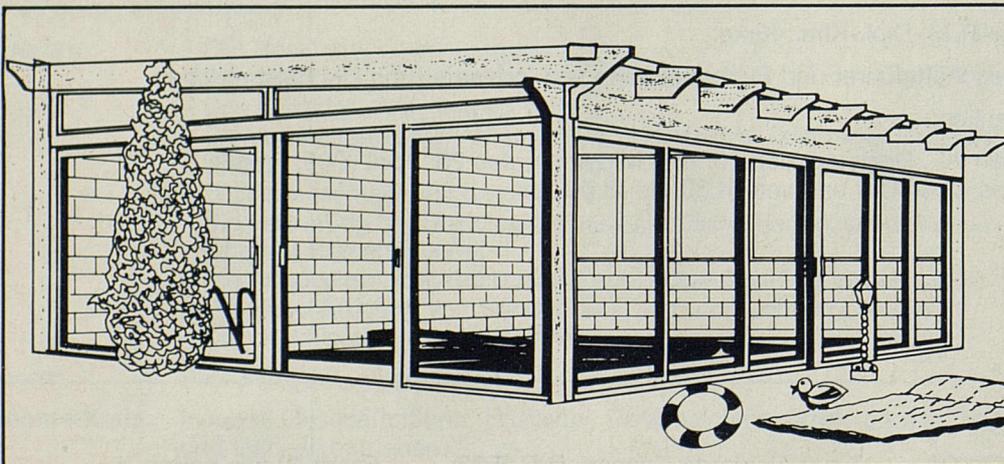
BIANCO-VERANDA PERGOLA

Agrandissez votre demeure par une

VERANDA ou PERGOLA



- Alu ou bois
- Bois – Alu combiné
- Isolation poussée
- Double vitrage
- Toiture verre sécurité
- De nombreuses références
- Garantie 10 ans



N'hésitez pas de nous téléphoner pour des renseignements individuels et détaillés

BIANCO-VERANDA PERGOLA

s.à.r.l. & Cie, s.e.c.s. 76, rue d'Anvers, Luxembourg Tél. 49 48 18 ou 49 02 62

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 bewußtzumachen, 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, Filial- und Werbeleiter, Verkaufsleiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben, sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, die für den Umsatz im Unternehmen Verantwortung tragen.

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.

Datum: Montag, den 8. Mai 1989, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Selbstbewußtseins-Training

Wie man Selbstbewußtsein und Selbstwertgefühl steigern kann

Wer kann schon von sich behaupten, dass er stets und in allen Lebenslagen selbstbewußt und selbstsicher agiert oder reagiert? Das Fatale hieran ist: Andere Menschen spüren oft instinktiv, ob sich ihr Gegenüber selbstunsicher verhält, weil sie dieses Gefühl oft genug an sich selbst beobachtet haben, und nutzen diese Schwäche häufig zu ihrem eigenen Vorteil aus. Meist ärgert man sich dann über sich selbst, da man dem anderen ungewollt zu einer Position der Stärke verholpen hat, was wiederum negativ auf unser Selbstwertgefühl zurückwirkt. Dies muß nicht so sein, denn wir wissen heute ganz sicher: SELBSTBEWUSSTSEIN KANN MAN TRAINIEREN. Das Seminar zeigt Wege und Möglichkeiten auf, wie man Selbstbewußtsein und Selbstwertgefühl steigern kann.

- Programm:**
- Wir alle haben in irgendeiner Form Minderwertigkeitsgefühle.
 - Der Teufelskreis negativer Einflußfaktoren:
 - * Der verhängnisvolle Einfluß der Erziehung,
 - * Falsches Denken,
 - * Schlechte Gewohnheiten.
 - Unser Selbstbewusstsein können wir verbessern.
 - Auf die richtige Denkeinstellung kommt es an.
 - Wie wir schlechte Gewohnheiten loswerden können.
 - Wie man mit Zurücksetzungen fertig wird.
 - Wie wichtig es ist, „NEIN SAGEN“ zu können.
 - Spezielle Übungen zur Steigerung des Selbstbewußtseins.

Referent: Dr. Gustav VOGT, Dipl.-Volkswirt, Trierweiler.

Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filialeiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, die noch so selbstbewußt sind, sich einzugestehen daß sie ihr Selbstbewußtsein noch verbessern können.

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.

Datum: Montag, den 29. Mai 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wie Sie an Ihre Kunden besser verkaufen und Neukunden gewinnen können

Verkaufstraining für den Großhandel – Grundseminar

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

Ohne entsprechende Anforderungen an den Außendienst und ohne Leistungsvorgaben 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 seine Kunden (Stamm- und Neukunden).
- 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, Kommunikations-Trainer und -Berater, Hamburg.

Teilnehmerkreis:

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

Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.

Datum:

Montag, den 5. und Dienstag, den 6. Juni 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Mitarbeiter selbständig und leistungsbewußt machen

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, Dipl.-Kaufmann, Wirtschaftspsychologe, Erfstadt/Köln.
Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben
Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.
Datum: Donnerstag, den 8. und Freitag, den 9. Juni 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Wie kann der Großhandel dem Einzelhandel verkaufen helfen, damit der eigene Umsatz steigt?

Nach dem vorgenannten Motto wurde dieses spezielle Verkaufsförderungsseminar für die, dem Einzelhandel vorgelagerten Produktions- und Großhandelsstufen zusammengestellt. Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern praktische Hinweise zu geben, wie der Großhändler und/oder Produzent einen zeitgemäßen Kundendienst organisieren und aufbauen kann, der die Wettbewerbsfähigkeit und die Rentabilität der Kunden, sprich des Einzelhandels, steigert und somit wesentlich zum eigenen Umsatzplus beiträgt.

Programm:

- Welche Möglichkeiten bestehen, um die Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel zu aktivieren?
- Nach welchen Maßstäben beurteilt der Einzelhandel den ihm gebotenen Kundendienst, und wie läßt sich dieser verbessern?
- Marketing, das Erfolgsinstrument für den Handel. Zukunftsweisende Vorschläge für ein marktgerechtes Verhalten.
- Strukturwandlungen und notwendige Konsequenzen für die Verkaufsstrategie von morgen.
- Werbung, von der zündenden Idee über den gezielten Einsatz bis zur Erfolgskontrolle.
- Wie schließt man den Erfolgskreis von Werbung und Verkauf?
- Wodurch können die 3 innerbetrieblichen Einsatzfaktoren – Mensch - Ware - Raum – noch optimaler genutzt werden?
- Was geschieht nach dem Seminar? Wie lassen sich die Anregungen systematisch und programmatisch im eigenen Unternehmen durchführen?

Referent: Siegfried MENNINGER, Dipl.-Fachberater, Bonn/Bad-Godesberg.
Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Werbeleiter, Verkaufsleiter und andere leitende Außendienstmitarbeiter von Großhandelsbetrieben sowie Mitarbeiter von Werbeagenturen.
Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.
Datum: Montag, den 2. Oktober 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Was müssen Führungskräfte von Bilanz und Erfolgsrechnung wissen

Eine Bilanz sollte für Führungskräfte nicht ein „Buch mit sieben Siegeln“ sein! Führungskräfte müssen wissen, welchen 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 Bilanzposition.
- 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.
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: 1.500.- Franken.
Datum: Montag, den 16. Oktober 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und mit Mitarbeitern verbessern

Ein Seminar zur horizontalen und lateralen Kooperation

Anläßlich der Vorbereitungen von Sachentscheidungen sowie bei unternehmerischen Entscheidungen ergeben sich Kooperationsbeziehungen.

Die Anforderungen an die Kooperationskompetenz der Führungskräfte und Mitarbeiter auf sämtlichen Ebenen des modernen Unternehmens sowie in allen Richtungen müssen sowohl von der Organisationsform her gewährleistet sein als auch von der Verhaltensweise der beteiligten Menschen erfüllt werden. Die Bereitschaft zur Zusammenarbeit gehört heute zum persönlichen Anforderungsprofil einer Führungskraft, die ihrerseits für nachgeordnete Mitarbeiter Vorbild zu sein hat. In diesem Seminar wird dargestellt, wie angesichts der raschen Entwicklung neuer Informationssysteme die persönliche Kommunikation und die Bereitschaft dazu verstärkt werden kann.

Persönliche Verhandlungskompetenz muß in der Lage sein, Betriebsklima zu schaffen, das weiterhin eine wichtige Voraussetzung für Leistung und Erfolg ist.

Ziel dieses Seminars ist es, auf die große Bedeutung einer funktionierenden Zusammenarbeit im horizontalen Bereich durch praktische Übungen hinzuweisen. Vertikale Kooperation, d.h. Mitarbeiterführung kann nur dann erfolgreich sein, wenn Vorgesetzte relativ konfliktfrei kooperieren. Auf diese Vernetzung werden die Teilnehmer insbesondere aufmerksam gemacht.

Auch soll in dieser Veranstaltung vermittelt werden, wie eigene Verhaltensweisen verbessert werden können und Reibungsverluste im „Miteinander-Umgehen“ vermieden werden können.

- Programm:**
- Aufgaben und Verantwortung der Vorgesetzten im Umgang miteinander sowie im Umgang mit Mitarbeitern.
 - Menschliche Verhaltensweisen als wichtige Erfolgsfaktoren für unternehmerischen Erfolg und Unternehmensentwicklung.
 - Beeinflussbare und nicht beeinflussbare Ursachen für Erfolg oder Mißerfolg in der Zusammenarbeit.
 - Das Zusammenwirken von horizontaler, lateraler und vertikaler Kooperation.
 - Charakteristika und Vorteile guter Zusammenarbeit zwischen Führungskräften höherer und gehobener Ebene.
 - Auswirkungen auf die Mitarbeiterführung (Vermeidung des „Sterne-Kriegs-Erfolg“).
 - Typische Konflikte im horizontal-lateralen Kooperationsbereich und deren Vermeidung.
 - Wirkungsvolle Kommunikationstechniken zur Verbesserung der Kooperation: Nicht siegen sondern gewinnen.
 - Wie erreicht man die erforderliche Kommunikationskultur.

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: 2.500.- Franken.

Datum: Donnerstag, den 19. und Freitag, den 20. Oktober 1989, 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, Kommunikations-Trainer und -Berater, 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: 2.500.- Franken.

Datum: Montag, den 23. und Dienstag, den 24. Oktober 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Kunden beschwerten sich – Reklamationen richtig behandeln

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

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

Doch die Praxis kennt ein anderes Bild: Viele Verkäufer, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter mit Kundenkontakt vermitteln 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 Reklamationen? (Eine Bestandsanalyse)
- Der Kunde und seine Reklamation - Richtiges Verkäuferverhalten ist erlernbar!
- Gibt es eine bestimmte Kundengruppe, die bei Reklamationen besonders empfindlich reagiert?
- Wie man Reklamationen entgegennimmt und behandelt.
- Bessere Reklamationsbehandlung durch die Zuku-Methode (=Regeln für die richtige Kundenbehandlung)
- Was ist zu tun, wenn die Ursache der Reklamation nicht beim Produkt selbst, sondern beim Mitarbeiter liegt?
- Kleine Kundentypologie - wie man sich bei bestimmten Menschentypen richtiger verhält
- Die betriebliche Nachbehandlung einer Reklamation - Lernen Sie, die Ursachen zu beseitigen
- Erarbeitung einer individuellen Checkliste zur Reklamationserledigung.
- Praktische Übungen und Rollenspiele.
- Jeder Seminarteilnehmer hat die Möglichkeit, auch seine individuellen betrieblichen Fälle vorzutragen und zu diskutieren. Auf Wunsch werden ihm exemplarische Behandlungswege aufgezeigt.

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

Teilnehmerkreis: Inhaber und Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, 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 usw.)

Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.

Datum: Mittwoch, den 25. und Donnerstag, den 26. Oktober 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Saisissez tous les atouts !

LEASING

la bonne formule
de financement

pour les indépendants, les PME,
les commerçants, artisans...

 **CREDIT
EUROPEEN**

Département Leasing

tél. 44 99 14 22

Kurzfristige Erfolgsrechnung mit dem Personal-Computer

Mit diesem Seminar, das gewissermaßen als Aufbauveranstaltung zum Thema „Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung mit dem Personal-Computer“ konzipiert wurde, sollen die Teilnehmer, die in ihrem Unternehmen über eine gut geführte Finanzbuchhaltung verfügen, einen Einstieg in die Kostenrechnung erhalten.

Dazu eignen sich in hervorragendem Maße Tabellenkalkulationsprogramme, die jeder Anwender für seinen Betrieb relativ schnell erstellen kann.

An praktischen Fällen wird demonstriert, wie effektiv der Unternehmer eine funktionierende Kostenrechnung ohne zu großen Aufwand installieren kann.

- Programm:**
- Voraussetzungen im Unternehmen (Handel, Hotel- und Gaststättengewerbe).
 - * Finanzbuchhaltung per Computer.
 - * Exakte Datenerfassung.
 - * Erfassungsfreundliche Belege und Arbeitsplätze.
 - * Terminals an den wichtigsten Arbeitsplätzen.
 - Kostenerfassung.
 - * Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung und BAB dargestellt auf dem PC.
 - * Ermittlung der Zuschlagssätze per PC.
 - * Ermittlung des Kalkulationszuschlages, des Kalkulationsfaktors und der Handelsspanne pro Produktgruppe per PC.
 - * Ermittlung des Deckungsbeitrages pro Produktgruppe per PC.
 - * Mischkalkulation.
 - Einkaufs- und Verkaufskalkulation.
 - * Progressive und retrograde Einkaufskalkulation (Lohnt es sich, das Produkt in das Sortiment einzuführen?).
 - Kostenplanung und Kostenkontrolle per PC (Soll-Ist-Vergleich).
 - * Kostenanalyse von Verbrauchsabweichungen.
 - * Aufdecken von Kostenüberschreitungen.
 - * Analyse: Lohnt sich ein Produkt oder nicht?
 - * Vorgabe von Kosten pro Kostenstelle und Kostenträger.

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 kalkulieren müssen.

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.

Datum: Freitag, den 27. Oktober 1989 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 verstehen und richtig anwenden: Fragetechniken, Argumentationstechniken, Einwandbehandlung.
 - Ihr Trainings-Konzept zur persönlichen Entwicklung notwendiger Fähigkeiten.

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

Teilnehmerkreis: Berufsanfänger und Auszubildende im Einzelhandel.

Teilnahmegebühr: 2.500.- Franken.

Datum: Montag, den 6. und Dienstag, den 7. November 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 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.

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

Teilnahmegebühr: 1.500.- Franken.

Datum: Montag, den 20. November 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

Leistungssteigerung und Gewinnmaximierung im Verkauf

Verkaufstraining für den Großhandel

Die Zeiten, wo man die Mehrzahl seiner Kunden nur zu besuchen brauchte, sind vorbei. Je früher der Außendienstmitarbeiter erkennt, daß der klassische Verkaufsprozeß der Vergangenheit angehört, desto eher wird er die Forderungen der Gegenwart:

- Umfassende Bedarfsanalysen beim Kunden
- das Aufspüren von Bedarfslücken
- Einsatz wirtschaftlicher Besuchsvorbereitungstechniken
- Systematische und konsequente Verkaufsgesprächsführung
- Einsatz persönlicher Arbeitstechniken zur Leistungssteigerung
- Wirtschaftlichere Kundenbesuche, bedarfsorientiert und nicht zeitorientiert in Verkaufserfolge umsetzen können.

Nur mit einem systematisch geschulten Außendienst ist man der ständigen Herausforderung des Marktes heute noch gewachsen.

Dieses Seminar soll Kenntnisse vermitteln und Fähigkeiten vertiefen, die entweder durch eine langjährige Tätigkeit im Außendienst erworben bzw. im Grundseminar erarbeitet wurden.

Das geschieht unter Einsatz modernster Lehrmittel und Lehrmethoden (Fallbeispiele, Lehrgespräche, Gruppenarbeit, Diskussionen und Einsatz von echten Verkaufsgesprächen und einer Videoanlage.

Programm:

- Welche Marktveränderungen sind in den nächsten Jahren zu erwarten, und wie bereitet sich ein verantwortungsbewußter Verkäufer am besten vor?
 - * Schwachstellenanalyse und Zielsetzungsstrategie.
- Durch welche persönlichen Arbeitstechniken kann man seine Leistung im Außendienst steigern?
 - * Einsatzmöglichkeiten des Telefons, Akquisitionshilfen, Gesprächsleitfaden, Zielvorgaben, usw.
- Rhetoriktraining für Außendienstmitarbeiter.
 - * Welche Bedeutung hat die Kommunikation für den Verkaufserfolg?
 - * Richtige Pausentechnik, Mimik und Gestik im Gespräch.
 - * Fehleranalyse im Verkaufsgespräch.
 - * Praktische Möglichkeiten guter Rede- und/oder Verhandlungsführung.
- Die verbalen und nichtverbalen Mittel der rhetorischen Beeinflussung.
 - * Was verraten nichtverbale Signale? Ausdruck und Wirkung der Körpersprache?
 - * Gefahren und Fehlerquellen der Körpersprache.
- Das Verkaufsgespräch in der Praxis.
 - * Worauf es ankommt und worauf man achten muß.
 - * Ist das Verkaufsgespräch primär ein personen- oder ein sachorientiertes Gespräch?
 - * Wie aktiviere ich meinen Gesprächspartner?

- Die Fragetechnik, ein Instrument der Gesprächssteuerung.
 - * Fragearten und Fragetechniken.
 - * Welche Fragen beeinflussen die Gesprächsatmosphäre positiv und welche negativ?
 - * Verhalten bei Gegenfragen, Zwischenfragen und Störungen.
- Erörterungen schwieriger Verkaufssituationen aus dem Kreis der Teilnehmer.
- Rollenspiele und Fallstudien mit anschließender Besprechung.

Die Teilnehmer sind gebeten Kataloge, Prospekte und Verkaufsunterlagen ihres Verkaufsbereiches mitzubringen.

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

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

Teilnahmegebühr: 4.500.- Franken.

Datum: Montag, den 20., Dienstag, den 21. und Mittwoch, den 22. November 1989, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

Mitarbeiterführung und Betriebsorganisation mit Delegation von Verantwortung

Kooperativer Führungsstil

Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern die geschlossene Konzeption einer zeitgemässen und praktikablen Führung vorzustellen. Die Teilnehmer sollen ferner während des gesamten Seminars die Umsetzung der Vorschläge in die eigene Praxis überprüfen und Für und Wider abwägen können.

Am Ende der Veranstaltung soll bei den Teilnehmern ein Urteil über Einsatz und Auswirkungen dieser Führungskonzeption im eigenen Bereich oder/und im gesamten Unternehmen stehen.

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

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

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

Teilnahmegebühr: 2.000.- Franken.

Datum: Dienstag, den 28. November 1989 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr.

imprimerie zierden

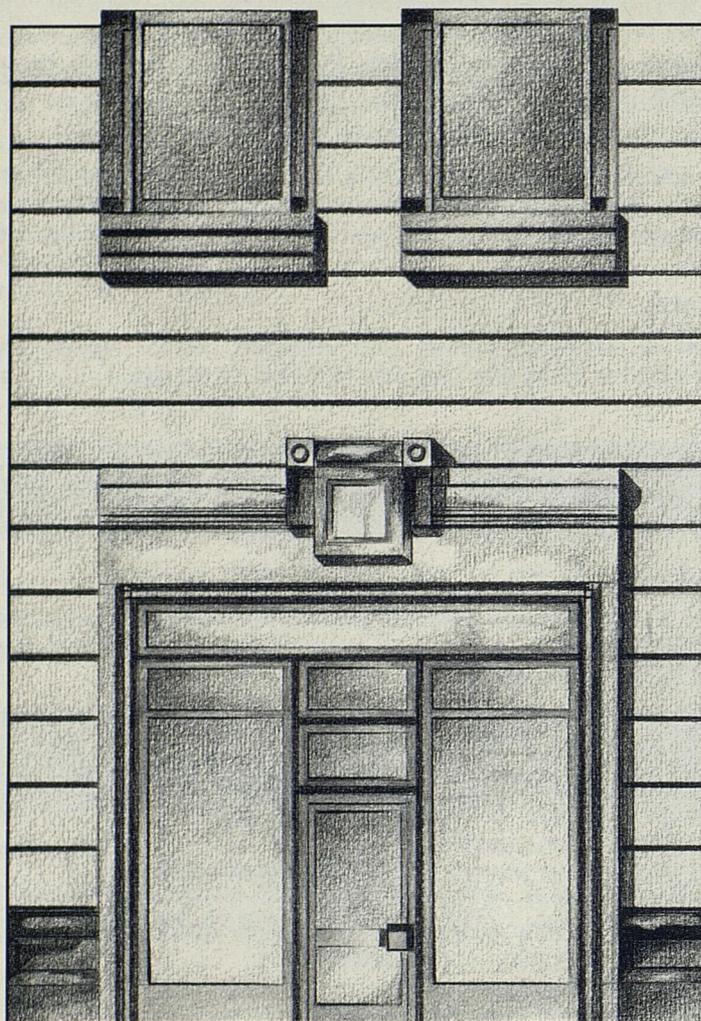
société à responsabilité limitée

typo – offset
photocomposition

1811 luxembourg
5, rue de l'industrie

 487163

Derrière cette façade, votre magasin.



Commerçants-artisans, une enseigne ne suffit pas pour vendre. Derrière la vitrine, votre surface commerciale mérite le soin que vous apportez à votre façade.

Préfalux spécialiste de l'aménagement et de la décoration d'intérieur, met à votre disposition une équipe de décorateurs, de techniciens et d'artisans expérimentés réalisant des décors fonctionnels et esthétiques de haut standing.

Consultez Préfalux; les conseils de notre décorateur-délégué ne vous engagent pas.



PREFALUX SA
R. de la Gare - Junglinster - Tél. 78 95 11

Kritik und Anerkennung als Mittel zur Motivation der Mitarbeiter

Ziel dieser Veranstaltung ist es die Vorgesetzten in der richtigen Handhabung der Führungsmittel „Kritik und Anerkennung“ zu unterweisen. Die Vorgesetzten sollen in die Lage versetzt werden, durch richtige Anwendung die Leistungen der Mitarbeiter zu steigern und möglichem Fehlverhalten in situationsgerechter Form zu begegnen.

- Programm:**
- Kontakt als Voraussetzung für eine erfolgreiche Kritik.
 - Die Klärung des Sachverhaltes.
 - Die Entgegennahme der Gründe.
 - Das Urteil.
 - Die Objektivität des Urteils.
 - Maßnahmen und Konsequenzen.
 - Das erzieherische Element der Kritik.
 - Die Beendigung des Kritikgesprächs.
 - Das Trennungsgespräch.
 - Zeitpunkt und Ort für das Kritikgespräch.
 - Ein Modell als Hilfe für den Praktiker.
 - Sonderform der Kritik und ihre Auswirkungen.
 - Die Anerkennung als Führungsmittel.
 - Regeln und Einsatz.
 - Wie kann eine richtige Anerkennung Mitarbeiter motivieren?
 - Fälle aus der Praxis und ihre Analyse.

Referent: Dr. Karfried HANS, Dipl.-Kf., Ratingen.

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

Teilnahmegebühr: 2.000.- Fanken.

Datum: Mittwoch, den 29. November 1989 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 Nummer 43 58 53** entgegengenommen.

Falls nicht anders vermerkt, finden alle Veranstaltungen in der **Handelskammer, 7, rue Alcide de Gasperi, in Luxembourg-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 Nummer 43 58 53 bei der zuständigen Abteilung der Handelskammer erfragt werden.

ABORDONS L'AVENIR

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

Chaque idée, chaque projet soumis sont analysés à fond et les experts de la Banque Générale du Luxembourg n'hésitent point à innover afin de trouver les meilleures réponses dans l'intérêt du client.

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

Nous aborderons l'avenir ensemble!



**Banque Générale
du Luxembourg**

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