

# 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 1990.*

Fortbildungsseminare  
der Handelskammer

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

**1/90**

# CITROËN XM LA ROUTE MAITRISEE.



Désormais, on ne parlera plus de l'automobile comme avant.

La nouvelle Citroën XM inaugure une nouvelle conduite. Elle anticipe les irrégularités de la route, supprime toute sensation parasite, accroît la sécurité.

La suspension hydractive pilotée par ordinateur enregistre les contraintes de la route avant même que vous ne les ressentiez... 5 capteurs reliés à un calculateur analysent les impul-

sions à la source: direction, freinage, accélération, transmission, débattement.

Le calculateur adapte aux centièmes de seconde l'état de la suspension et corrige, efface, maîtrise les imperfections de la route. L'assiette reste constante dans les virages, la tenue de route parfaite. La XM est une nouvelle approche de la sécurité, pensée dans les moindres détails, pour vous offrir le plaisir de maîtriser la route.

CITROËN XM

**Etoile Garage Luxembourg**

3, rue Robert Stümper - Zone d'activité Cloche d'Or  
2557 Gasperich - Tél. 40.22.66

## 1989 das Jahr der Jubiläen

Das Jahr 1989 das zu Ende ging kann als das Jahr der Jubiläen bezeichnet werden.

Zunächst hat das Land sich auf 150 Jahre Entfaltung unserer Institutionen, unserer Eigenständigkeit und des langsamen doch stetigen Wachstums unserer Wirtschaft besonnen. Der Rückblick und der Ausblick der bei solchen Anlässen gepflegt wird ergab, daß die Wirtschaftsstruktur, die im Laufe der Zeit aufgebaut wurde es dem kleinen Lande ermöglichte Mitbegründer der europäischen Kohle- und Stahlgemeinschaft zu werden und dadurch auch an den anderen europäischen Verträgen beteiligt zu werden. So ist, wie in einem vorherigen Leitartikel bereits dargelegt, die Wirtschaft der wichtigste Träger nicht so der Unabhängigkeit – die ist heute gegeben – sondern des Überlebens des Landes geworden.

Es wundert deshalb auch nicht, daß die berufenen Stimmen, die sich zum 25jährigen Tag der Thronbesteigung S.K.H. des Großherzogs geäußert haben, das Staatsoberhaupt würdigten, das den Ausgleich zwischen den Gewalten im Staatswesen gewährleistet, aber auch auf das nie erlahmende Interesse unseres Herrscherhauses für den Ausbau der Wirtschaftsstrukturen des Großherzogtums hinwiesen.

In dem Vierteljahrhundert, von 1964 bis 1989, hat die Wirtschaft einen tiefgreifenden Wandel vollzogen. Sie ist von einer zu 51 % des Brutto-sozialproduktes auf die Industrie abstützenden Wirtschaft zu einer auf 62 % des Brutto-sozialproduktes fußenden Dienstleistungswirtschaft gewachsen.

Nichtdestotrotz ist sowohl die Industrie wie auch der Dienstleistungssektor in den letzten 25 Jahren stark angewachsen.

Es ist nämlich so, daß die Diversifizierung der Industrie das Gesund-schrumpfen des Stahlsektors mehr als aufgefangen hat und die Industrie insgesamt einen Mehrwert, wenngleich auch einen geringeren als der Dienstleistungssektor, zum Brutto-sozialprodukt erwirtschaftet hat. Die Dienstleistungen prägten wahrlich den Wandel. Sie erreichten durch die rasante Entwicklung des Bankenplatzes und durch das Entstehen des Medienplatzes und den Ausbau des Transportwesens im allgemeinen und des Frachtverkehrs im speziellen eine ungewöhnlich hohe Wachstumsrate. Allein der Hinweis auf die Zahl und die Gesamtbilanz-summe der Banken die zwischen 1964 und 1989 von 22 auf 166 beziehungsweise von 50 Milliarden auf knapp 12.000 Milliarden Flux kletterten, genügt um diese Feststellung zu belegen.

Dieser Wandel ist das Ergebnis einer zielbewußten Politik die auf dem Konsens zwischen Regierung, Arbeitgebern und Arbeitnehmern fußt. Dieser Konsens ist möglich dank unserer Institutionen für deren reibungsloses Funktionieren S.K.H. der Großherzog ein fester Garant ist.

Die Unternehmer wissen um die Sorge S.K.H. des Großherzogs für das Gedeihen der Wirtschaft.

Angesichts der Herausforderungen der 90er Jahre können sie darauf vertrauen, daß die Geschicke des Landes in bewährten Händen liegen.

# Fortbildungsseminare der Handelskammer

## Programm 1990

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

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

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

Auf den nachfolgenden Seiten wird das Seminar- und Konferenzprogramm für 1990 in chronologischer Reihenfolge vorgestellt. Neben neuen Themen, die sich aus der täglichen Entwicklung ergeben, ist die Wiederholung solcher Veranstaltungen vorgesehen, die, vom Inhalt her, immer aktuell bleiben (z. B. Verkaufstraining für den Groß- und Einzelhandel, Mitarbeiterführungsseminare, Arbeitsrecht usw.). Desweiteren werden Seminare wiederholt, für die, durch ihre große Resonanz, nicht alle angemeldeten Interessenten bei der ersten Durchführung Zugang gefunden haben.

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

Zusätzliche Auskünfte erteilt gerne die Fortbildungsabteilung der Handelskammer.

## FIT FÜR DEN SAISONSTART

### – 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 klarkommen
  - 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 5. und Dienstag, den 6. Februar 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## NEU IM AUSSENDIENST

### – Was muß man wissen - was muß man können –

*Gerade Handelsunternehmen benötigen heute mehr denn je marktorientiertes Handeln und eine gut motivierte und optimal ausgebildete Verkaufsmannschaft. Daher ist Nachwuchsplanung heute auch für den Großhandel eine absolute Notwendigkeit.*

*Dies sollte aber insbesondere für den Außendienst gelten. Immer wieder werden interessierte Mitarbeiter einfach „ins kalte Wasser geworfen“. Sie sollen Kunden besuchen, Produkte verkaufen, Umsätze erzielen und bringen aber die erforderlichen Voraussetzungen nicht mit.*

*Ohne systematische Vorbereitung dürfte eigentlich niemand mit Verkaufsaufgaben betraut werden. Es ist immer wieder beängstigend, festzustellen, wie leichtfertig in der Praxis mit dem wichtigsten Potential der Unternehmen: dem KUNDEN, umgegangen wird.*

*Mit dieser Seminarreihe (Teil I u. II) geben wir den Unternehmen die Möglichkeit, Mitarbeitern, die für den Außendienst vorgesehen sind bzw. in den Außendienst wollen, die richtige Grundausbildung zuteil werden zu lassen.*

- Programm:**
- Das Anforderungsprofil eines Außendienstmitarbeiters
    - \* welche charakterlichen und welche persönlichen Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit erfolgreich verkauft werden kann?
    - \* worauf muß der Außendienstmitarbeiter achten, damit sein möglicher Erfolg nicht schon durch Nebensächlichkeiten zunichte gemacht wird?
  - Das unverzichtbare Handwerkszeug eines Verkäufers, der Erfolg haben will:
    - \* seine Arbeitsunterlagen und seine Kundenkartei
    - \* der Reisebericht und die Tourenplanung
    - \* seine persönliche Zielsetzung
  - Aufbau, Grundlagen und Zielsetzung der Verkaufsverhandlung
    - \* welchen Stellenwert besitzen die Fachkenntnisse im Verkaufsgespräch?
    - \* wie meistert man bestimmte Situationen am besten?
  - Der erste Besuch beim Kunden: worauf muss man achten?
    - \* die richtige Vorstellung der Firma, Präsentation des Produktprogrammes und der Leistungspalette des eigenen Unternehmens
    - \* welche Vorteile ergeben sich aus einer systematischen Besuchsvorbereitung?
  - Wie man sich bei typischen Verkaufssituationen verhalten soll
    - \* praktische Übungen, Fallbeispiele und Rollenspiele

- Referent:** Gerd REHBOCK, Verkaufstrainer, Hamburg
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer sowie insbesondere interessierte Außendienstmitarbeiter aller Altersgruppen, Juniorverkäufer und Nachwuchskräfte von Großhandelsbetrieben, die für Verkaufsaufgaben vorgesehen sind
- Teilnahmegebühr:** 4.500.- Franken
- Datum:** \*Teil I: Donnerstag, den 8. und Freitag, den 9. Februar 1990  
jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr
- \*Teil II: Mittwoch, den 14. und Donnerstag, den 15. März 1990  
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.

## Erfolgsfaktoren des Fachgeschäftes in den 90er Jahren

*Auch in diesem Jahrzehnt wird der Strukturwandel im Handel weitergehen. Gesättigte Märkte, anhaltende Expansion aggressiver Großunternehmen und deutliche Änderungen im Verbraucherverhalten, zwingen die Inhaber mittelständischer Fachgeschäfte zu Überlegungen, mit welchen Strategien und Erfolgskonzepten langfristig die Marktstellung gesichert werden kann. Zu einem Erfolgskonzept gehören extern wirksame Maßnahmen zur Steigerung von Umsatz und Marktanteil und innerbetriebliche Entscheidungen zur nachhaltigen Verbesserung der Rendite durch Ausnutzung von Leistungsreserven. Denn nur der Unternehmer, der weiß, wo künftig langfristige Chancen bestehen und wie man sie nutzt, der sich eine Firmenkonzunktur schafft und den Kunden eine klare Orientierung bietet und der ausserdem eine langfristige Zielkonzeption als Richtschnur seiner Unternehmenspolitik hat, dürfte über eine solide Basis für die künftige Wachstums- und Ertragssicherung verfügen.*

- Programm:**
- Geändertes Verbraucherverhalten und neue Zielgruppen
  - Profilierung durch zukunftsorientiertes Marketing
  - Unverwechselbar sein durch Corporate-Identity
  - Standortsicherung als Unternehmeraufgabe
  - Kostenbeeinflussung - auch künftig der sicherste Gewinnbringer
  - die langfristige Zielkonzeption als Richtschnur der künftigen Unternehmenspolitik
- Referent:** Hans-Jürgen WILCKE, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, BBE-Köln
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben
- Teilnahmegebühr:** 2.500.-Franken
- Datum:** Montag, den 12. Februar 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr und  
Dienstag, den 13. Februar 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr

## Arbeitsrecht

*Der Gesetzgeber und vor allem die Rechtsprechung sorgen ständig für Neuerungen auf den für die Betriebe wichtigen Teilgebieten des Arbeitsrechts. Nach dem Inkrafttreten des neuen Gesetzes über den Arbeitsvertrag sowie der entsprechenden Verordnungen ist vieles für den Betriebspraktiker unüberschaubarer 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 Fehler zu vermeiden.*

- Programm:**
- Der Beschäftigungszugang
  - Der individuelle Arbeitskontrakt (Gesetz vom 24. Mai 1989)
  - 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, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben
- Teilnahmegebühr:** 1.500.- Franken
- Datum:** voraussichtlich am 13., 15., 20., 22. Februar, 6. und 8. März 1990, jeweils von 19.30 bis 21.30 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- und/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

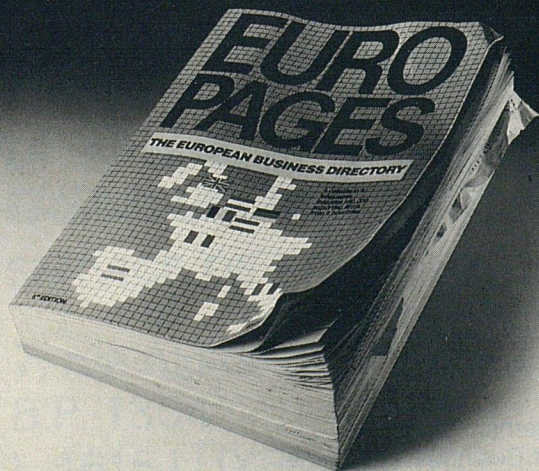
**Teilnehmerkreis:**

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:** 3.000.- Franken

**Datum:** Dienstag, den 20. und Mittwoch, den 21. Februar 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

**365 jours de contacts européens...  
Heureusement qu'il y a un nouvel Europages tous les ans.**



Régisseur de la publicité :  
A.R.B. s.p.r.l. 23, rue aux Laines,  
B-1000 Bruxelles (Belgique)  
Tel. (02) 512 43 13  
Fax (02) 514 22 05



**EUROPAGES: L'ANNUAIRE EUROPÉEN DES AFFAIRES**

**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

## Prämien und Erfolgsbeteiligungen zur Mitarbeitermotivation im Handel

*Ein angemessenes Gehalt ist noch immer der stärkste Leistungsanreiz. Leistungslohn motiviert die Mitarbeiter zu guten Arbeitsergebnissen und hilft, die Personalkosten besser in den Griff zu bekommen. Nachhaltig Erfolg wird ein Unternehmen mit einer leistungsabhängigen Entlohnung aber nur dann erzielen, wenn das Leistungslohnsystem betriebsindividuell konzipiert wird, wenn die Entlohnungsgrundsätze für die Mitarbeiter leicht durchschaubar sind und wenn alle beteiligten Mitarbeiter tatsächlich die Chance haben, durch ihre Leistung ihr Einkommen zu beeinflussen.*

*In diesem Seminar soll ein Überblick über die Möglichkeiten der leistungsbezogenen Entlohnung für die verschiedenen Personengruppen im Handelsunternehmen anhand von Beispielen aus der Beratungspraxis erläutert werden.*

- Programm:**
- Vorüberlegungen zur Leistungsentlohnung
    - \* Die Ziele
    - \* Voraussetzungen bei Leistungslohnsystemen
    - \* Prämienformen
    - \* Prämientopf
  - Arten des Leistungslohnes
    - \* Spezielle Ziele
    - \* Einbezug der Mitarbeiter
  - Prämiensysteme für den Verkauf anhand von Fallbeispielen
    - \* Umsatzbonus als Einzelprämie
    - \* Umsatzprovision als Einzelprämie
    - \* Stückprämien
    - \* Umsatzprovision mit festem Personalkostensatz
    - \* Deckungsbeitragsprovision mit gestaffeltem Satz
    - \* Umsatzprovision, gestaffelt nach Handelsspanne
  - Prämiensysteme für leitende Mitarbeiter
    - \* Abteilungsleiter
    - \* Geschäftsführer
  - Prämiensysteme für den Service-Bereich
    - \* Generelle Möglichkeiten
    - \* Beteiligungen für Bereichsleiter
  - Fallstudie „Lohnsystem“
  - Arbeitsrechtliche Fragen
  - Einführung und Kontrolle von Prämiensystemen

**Referent:** Manfred ABELS, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Weilerswist

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 1750.- Franken

**Datum:** Montag, den 5. März 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## Rhetorik und Gesprächsführung

*In der täglichen Führungs- und Arbeitspraxis spielt die Rhetorik und Gesprächsführung eine entscheidende Rolle. Voraussetzung für den Erfolg in Gesprächen, Verhandlungen und Sitzungen, bei Verträgen und im Berufsalltag ist überragende sach- und praxisbezogene Kommunikation.*

*Wirkungsvolles Reden und Sicherheit in der Gesprächsführung sind unverzichtbare Führungsmittel um Ziele zu erreichen bzw. Mitarbeiter erfolgreich zu überzeugen.*

*Dieses Seminar vermittelt konkrete Möglichkeiten, die eigene Persönlichkeit weiterzuentwickeln. Positiv wirkende Faktoren, die zum Erfolg beitragen, werden herausgearbeitet.*

- Programm:**
- Voraussetzungen zum wirksamen Reden und Verhandeln
    - \* Womit wirkt der Mensch in seiner Umwelt - auf seine Umwelt?
    - \* Sprechhemmungen: ihre Ursachen und ihre Beseitigung
    - \* Nonverbale Kommunikation im Gespräch, in der Verhandlung
    - \* Sprech- und Atemtechnik
  - Richtiges Vorbereiten von Reden, Vorträgen und Verhandlungen
    - \* Unsere Sprache und Stimme als Ausdrucks- und Beeinflussungsmittel
    - \* Das Ordnen und Gliedern der Gedanken
    - \* Manuskript, Technik und Gedächtnisstützen



- Verbesserung des sprachlichen Verhaltens
  - \* Stimme, Modulation, Artikulation, Dynamik
  - \* Verbesserung des nonverbalen Verhaltens
  - \* Argumentations- und Gesprächstechniken

**Referent:** Gerd Rehbock, Kommunikations-Trainer und Berater, Hamburg  
**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, die viel intern und/oder extern sprechen, reden oder verkaufen müssen  
**Teilnahmegebühr:** 3.000.-Franken  
**Datum:** Montag, den 12. und Dienstag den 13. März 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Wissenswertes über Kredite und Darlehen

*Der ständig härter werdende Wettbewerb in der Wirtschaft und die ständig steigende Kapitalintensität bei geringer und schrumpfender Eigenmittelausstattung sind nur zwei von vielen Gründen, die eine immer intensivere Beschäftigung mit Fragen der betrieblichen Finanzierung erforderlich machen.*

*Absicht dieses Seminars, das in luxemburgischer Sprache abgehalten wird, ist es, den Teilnehmern einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Kreditarten und -möglichkeiten zu geben. Nach dem Seminar sollen die Teilnehmer kritisch beurteilen können welche Finanzierungsform für den jeweiligen Bedarf am günstigsten ist und wo gegebenenfalls Risiken in der derzeitigen Finanzierung ihres Unternehmens liegen.*

- Programm:**
- Der Bankkredit
    - Der Kreditantrag
      - \* Antragsteller
      - \* Bestimmung des Kredites
      - \* Betrag
      - \* Dauer
      - \* Kreditart
    - Sicherheiten
      - \* Wechselbürgschaft (Aval)
      - \* Bürgschaften
      - \* Hypothek
      - \* Verpfändung (von Versicherungen, von Geschäftsfonds)
    - Die verschiedenen Kreditmöglichkeiten
      - \* Kontokorrent-Kredit
      - \* Eigenwechsel
      - \* Diskontkredit
      - \* Finanzierung
        - \* persönlicher Kredit
        - \* Dokumentenakkreditiv
        - \* Investitionskredit (SNCI)
        - \* Kreditkarten (carte-chèque)
        - \* Bausparen
    - Der Bankscheck
    - Der Wechsel
    - Leasing
    - Factoring

**Referent:** Marcel THINNES, directeur de banque  
**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von Industrie- und Handelsbetrieben  
**Teilnahmegebühr:** 1500.-Franken  
**Datum:** voraussichtlich am 13., 15., 20., 22., 27. und 29. März 1990 jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr

# 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



# CEL-Soft

## c'est bon pour votre ordinateur

- CEL-Soft est un programme informatique, mis gratuitement à votre disposition, et spécialement développé par les informaticiens du Crédit Européen pour faciliter la rédaction et l'enregistrement de vos virements et permettre l'exécution rapide de ceux-ci.
- CEL-Soft vous permet d'informatiser vos virements bancaires et de gagner en rapidité, sécurité et confidentialité.
- CEL-Soft mémorise, une fois pour toutes, les informations répétitives sur vos fournisseurs et salariés. Donc, vous gagnez un temps considérable.
- CEL-Soft enregistre aussi des paiements futurs (= mémovirement) que notre ordinateur exécutera aux dates fixées.
- CEL-Soft gère vos ordres de paiement périodiques, et vous permet de les modifier à votre gré.
- **Contactez notre Service Commercial pour tout renseignement supplémentaire. Nous vous assurerons une assistance efficace pour adapter CEL-Soft à vos besoins spécifiques. Tél.: 44 99 11**


**CREDIT  
EUROPEEN**

## Moderne Kalkulation im Handelsbetrieb

*Die traditionelle Kalkulation ist vom prozentualen Zuschlagsdenken geprägt. Sie ist in Handels- und Dienstleistungsbetrieben vorherrschend. Für dispositive Führungsentscheidungen ist diese Kalkulationsform jedoch 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

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

**Teilnahmegebühr:** 1.750.- Franken

**Datum:** Montag, den 19. März 1990, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

**NEU!**

## Renditesicherung durch wirksame Ladendiebstahlabwehr

*Steigende Diebstahlverluste haben in manchen Einzelhandelsunternehmen ein existenzbedrohendes Ausmaß erreicht. Trotzdem haben bisher nur verhältnismässig wenig Einzelhandelsunternehmer wirksame und ausreichende Maßnahmen zum Schutz ihres Eigentums und damit zur Renditesicherung ergriffen.*

*Für den Einzelhandelsunternehmer ist es wichtiger, Diebstähle erst gar nicht zu ermöglichen, anstatt unredliche Kunden als Täter zu überführen. Wer jedoch Ladendiebstähle gezieht abwehren will, muß wissen, wie Ladendiebe auftreten und mit welchen Tricks sie immer wieder Erfolg haben. Das wirksamste Mittel zur Verhinderung von Ladendiebstählen ist die uneingeschränkte Aufmerksamkeit im Verkaufsraum, ohne daß dadurch die Einkaufsatmosphäre beeinträchtigt wird. Dazu müssen auch die Mitarbeiter von der Notwendigkeit der Diebstahlbekämpfung überzeugt und zur aktiven Mithilfe motiviert werden. Ergänzend dazu können organisatorische Vorbeugungsmaßnahmen und technische Hilfsmittel die Warensicherung verbessern. Im Seminar wird ausführlich und praxisnah besprochen, worauf es dabei ankommt. Diebstahltricks und wirksame Gegenmaßnahmen werden in einem Videofilm gezeigt.*

- Programm:**
- Ladendiebstahl als gesellschaftliches Problem, Täterkreis, Motive usw.
  - Wie Ladendiebe sich in ihrem Verhalten von ehrlichen Kunden unterscheiden
  - Die häufigsten, allgemeinen und branchenspezifischen Diebstahls- und Betrugspraktiken
  - Aktive Abwehr- und unauffällige Vorbeugungsmaßnahmen zur Vermeidung von Ladendiebstählen (z.B. durch zweckmäßige Ladeneinrichtung und Warendarbietung)
  - Wirksame technische und elektronische Möglichkeiten der Warensicherung (Raumsicherung, Artikelsicherung)
  - Wie man besonders diebstahlgefährdete Bereiche im eigenen Unternehmen erkennt
  - Personalorganisation und Personalschulung zur Abwehr von Ladendieben
  - Wie Ladendiebe einwandfrei überführt werden
  - Richtiges Verhalten des Unternehmers und seiner Mitarbeiter gegenüber den verschiedenen Tätertypen (z.B. Jugendliche, Wiederholungstäter)
  - Rechtsgrundlagen für das Vorgehen gegen Ladendiebe

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

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Personalchefs, Überwachungspersonal sowie andere interessierte Mitarbeiter von Einzelhandelsgeschäften

**Teilnahmegebühr:** 1.750.- Franken

**Datum:** Montag, den 26. März 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

# QUI CHERCHE, TROUVE

## Garages 4380

### 4380 Garages

<b>ALTRIER</b>	
* Demuth Carlo (Garage) * Op der S...	7 91 32
<b>ALTWIES</b>	
REPAIR AUTO	
Spécialiste en US CARS / Achat & vente	
Service après vente	
Pièces US neuves et occasions	
Route de Luxembourg	6 72 78
//	
* Coimbra (Garage) * Route de Luxembourg 6	66 05 66
<b>ALZINGEN</b>	
<b>FERRO &amp; CIE SARL</b>	
VOLVO poids lourds / genie civil	
Semi remorq. TRAILOR/KRONE/Fax:36 91 31	
Route de Thionville 580	36 90 51
<b>BASCHARAGE</b>	
* LENTZ LEON * Avenue de Luxembourg 226	50 15 95
* Pirrotte (Garage) * Rue de la Poste 14	50 03 58
<b>BECH-KLEINMACHER</b>	
<b>FELTEN-HIRTT NICO</b>	
Agence V.A.G. - V.W. - AUDI	
Répar. toutes marques - Débrosselage	
Route du Vin 26	69 84 37
<b>BECKERICH</b>	
* Kauten J. * Rue d'Arlon 8	6 13 67
<b>BELVAUX</b>	
<b>IHRY JEAN (GARAGE)</b>	
Service-station SHELL	
Maître-mécanicien	
L-4450 Belvaux	
Route d'Esch 143	59 22 51
//	
<b>BERELDANGE</b>	
* Bertoli Franco * Route de Luxembourg 87	33 08 13
* Bouquet Josy (Garage) * Route de Luxembourg 13	33 81 11
* Schmit (Garage) * Route de Luxembourg 113	33 83 97
<b>BERLE</b>	
* Kayser-Heinen J. * Maison 16	9 64 67
<b>BERTRANGE</b>	
* Bertolotti Andréa * Rue des Champs 28	31 15 03
* Bestgen Norbert SA * Route de Longwy 6 A	45 25 26
<b>BERTRANGE (suite)</b>	
* Européen Sarl (Garage) * Route de Longwy 8	31 00 50

### INTINI (GARAGE)



CONCESSIONNAIRE  
LANCIA

Service après vente,  
mécanique et carrosserie

Télex: 60769 intini / Fax: 45 86 97

Tél.: 45 00 00

Route de Longwy 8

\* Rodrigues (Garage)  
\* Zahles Jean \* R

<b>BETTEMBOURG</b>	
* Fedato F. * Route d'Esch 35	51 20 66
* Moderne (Garage) * Route de Mondorf	51 07 49
<b>* PARC (GARAGE DU)</b>	
Concessionnaire SKODA	
Agent MAZDA	
Route de Mondorf 80	51 29 32
* Schlechter François - NISSAN * Route d'Esch 91	51 33 87
* Winandy Marc * Route de Livange 9	51 86 02

<b>BORN</b>	
<b>* ALBERT (GARAGE)</b>	
Agent FORD	
Route d'Echternach 4	7 32 15

<b>BOULAIDE</b>	
* Mathieu-Schleich * Rue J. de Busleyden 9	9 30 34

### BOUR

### VALLEE DES SEPT CHATEAUX (GARAGE)

### Garage de la Vallée des Sept Châteaux

R. Menster - R. Thilman  
Entretien toutes marques  
Voitures d'occasion  
Débosselage - Peinture  
Station TOTAL  
Fermé le Jeudi

Rue de Luxembourg 3 ..... 30 91 83

<b>BUSCHDORF</b>	
* Behm Jos * An Urbech 36	6 31 66

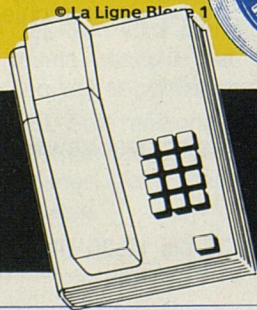
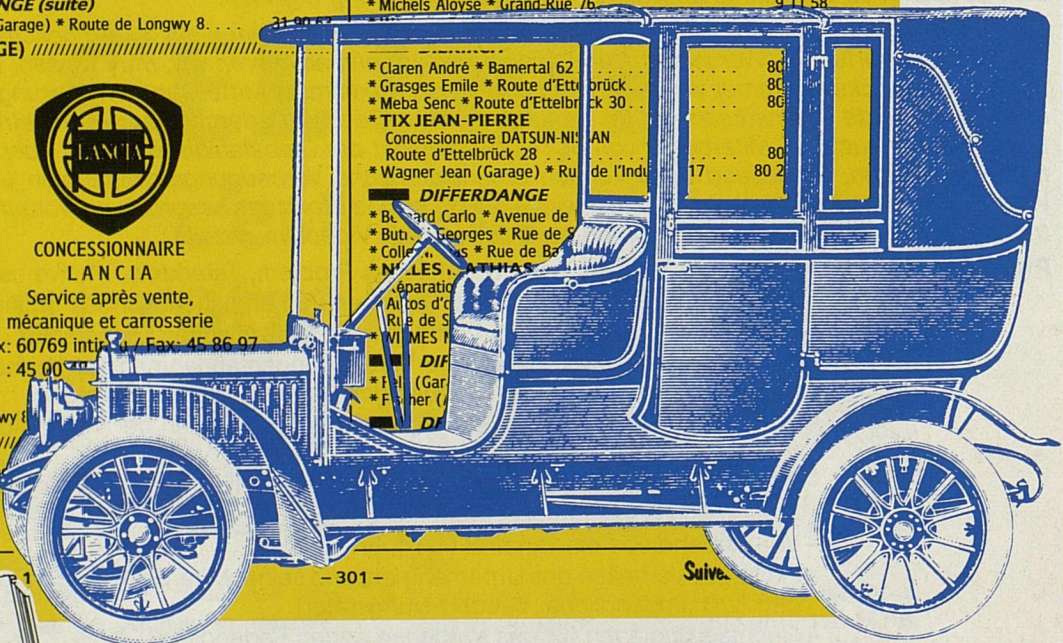
<b>CAPELLEN</b>	
* Rebien H. (Service Automobile) * Route d'Arlon 14	30 93 41

<b>CLERVAUX</b>	
<b>* AGRA NORD SARL</b>	
Concessionnaire FORD NEW HOLLAND	
Agence FORD voitures pour le nord	
Rue de Marnach 20	9 10 71
* Michels Aloyse * Grand-Rue 76	9 11 58

* Claren André * Bamertal 62	80 00 00
* Grages Emile * Route d'Ettelbrück	80 00 00
* Meba Senc * Route d'Ettelbrück 30	80 00 00
<b>* TIX JEAN-PIERRE</b>	
Concessionnaire DATSUN-NISSAN	
Route d'Ettelbrück 28	80 00 00
* Wagner Jean (Garage) * Rue de l'Indu	17 80 20

<b>DIFFERDANGE</b>	
* Bernard Carlo * Avenue de	
* Butz Georges * Rue de S	
* Collet Georges * Rue de Ba	
<b>* MICHEL ATHIAS</b>	
Réparation	
Autos d'oc	
Rue de S	
* WIMES M	

<b>DIFFERDANGE</b>	
* Fischer (Garage)	
* Fischer (Garage)	



AVEC  
**La Ligne Bleue**

# L'informatique à portée de la main!

Mettre l'informatique à portée de chacun, relier les hommes, privilégier l'individu... tel est le monde de l'information et de communication commun à Computerland et Apple Computer. Autant dire que nous sommes prêts, comme vous, à affronter le défi du marché unique de 1993. Les solutions d'Apple Computer permettent en effet d'échanger les données dans les environnements informatiques hétérogènes. Et Computerland Luxembourg a une parfaite maîtrise de l'intégration du Macintosh dans les architectures informatiques les plus diverses. Vous pourrez donc compter en permanence sur notre équipe spécialisée pour le support technique et pour une information spécifique à la connectivité sur les réseaux du monde IBM, Bull, Dec, Siemens, etc.... MS-DOS et OS/2, tout en tenant compte de votre cadre d'application personnel et de vos impératifs spécifiques. En outre, des séminaires d'information vous permettront de vous familiariser rapidement avec votre configuration Macintosh et de l'utiliser au maximum. Utilisation ininterrompue qui est garantie par une assurance omnium et un contrat de maintenance.

Tout cela parce que Computerland Luxembourg, qui fait partie d'un réseau de plus de 800 points de vente dans le monde, bénéficie d'un soutien logistique qui dépasse les frontières.



Apple Computer  
Corporate Reseller

**Computerland**<sup>®</sup>  
luxembourg



Apple Computer  
Authorized Dealer

Votre partenaire en informatique.

11, route d'Esch L-1470 Luxembourg Tél. :45 84 45

## 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 beim Kunden. Wettbewerbsvorsprung, Profilierung, Sichabheben von anderen sind Erfolge kreativer Innovationen durch wertvolle Lieferantenbeziehungen. Spitzenleistungen guter Lieferanten steigern Umsatz und Ertrag.*

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

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

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

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

#### Programm:

- Neue Wege zum Aufbau und zur Pflege partnerschaftlicher Geschäftsbeziehungen
  - \* Leistungsergebnisse im Team finden
  - \* Persönlichkeitsbildung zum Einkaufs-Profi
  - \* Identifikation des Lieferanten mit eigenen Unternehmensstärken
  - \* Positive Argumentationsgewandtheit in der Gesprächsführung
  - \* Erfolgsatmosphäre schaffen
- Strategische Ziele und Aufgaben für Lieferanten-Spitzenleistungen setzen
  - \* Verkäuferpraktiken erkennen und besser verstehen
  - \* Sympathiefelder in den persönlichen Beziehungen analysieren und nutzen
  - \* Lieferanten zu Nutzenbietern erziehen
  - \* Der Wert der Erstinformation für den Wettbewerbsvorsprung
- Psychologische Barrieren überwinden
  - \* Motivkonzentriert einkaufen
  - \* Frage- und Einwandtechniken für Geschäftspartnerschaften
- Außergewöhnliche Einkaufsvorteile erzielen
  - \* Moderne Methoden zur Anbieter-Analyse
  - \* Mit strategischer Motivation zum gemeinsamen Kundennutzen
  - \* mit dialektischer Rhetorik sich gegenüber Lieferanten geschickt durchsetzen
- Verhandlungsgeschick bei Monopolisten-Verhandlungen
  - \* Die strategisch richtige Verhandlungsvorbereitung
  - \* Wirkungsvolle Nutzenargumentation
  - \* Erkenntnisse zur Abschlußtechnik
- Zusammenfassung der Trainingsergebnisse zur Verwertung in der Praxis

#### Referent:

Paul KÖCKMANN, Strategieberater und Motivationstrainer, Ratingen

#### Teilnehmerkreis:

Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Intraleinkäufer, Abteilungsleiter für Sortimentsbereiche, Einkaufsexperten von Groß- und Einzelhandelsunternehmen und Einkaufsgenossenschaften, sowie Handels- und Lieferantenvertreter von Industrieunternehmen

#### Teilnahmegebühr:

3.000.- Franken

#### Datum:

Mittwoch, den 28. und Donnerstag, den 29. März 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

**NEU!**

## Was der Unternehmer über die Sozialversicherungen wissen sollte (Selbständige und Arbeitnehmer)

*Für viele Unternehmer stellt die Sozialversicherung ein Buch mit sieben Siegeln dar. Für sie spielen oft Kalkulation und Kostenrechnung eine wichtigere Rolle. Doch gerade hierbei sind die Sozialversicherungsbeiträge von wesentlicher Bedeutung. Wer die Vorschrift der Sozialversicherung kennt und richtig anwendet, erspart oft sich und seinen Mitarbeitern Geld.*

*In diesem Seminar, das in luxemburgischer Sprache abgehalten wird, werden unter anderem die gesetzlichen Grundlagen des Sozialversicherungswesens behandelt und die Anwendung der diesbezüglichen Gesetzestexte und Vorschriften anhand von praktischen Beispielen erläutert.*

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

- Programm:**
- Grundzüge der Versicherungspflicht
  - Versicherungsfreiheit von Aushilfen und Teilzeitbeschäftigten
  - Versicherungsfreiheit von Schülern, Studenten, Rentnern und Pensionären
  - Versicherungspflicht von Ehegatten und nahen Verwandten
  - Versicherungspflicht von Gesellschaftern
  - Was ist Entgelt im Sinne der Sozialversicherung, welchem Zeitraum sind Entgelt und Sonderzahlungen zuzuordnen und wann besteht Beitragsfreiheit?
  - Die Lohnfortzahlungsversicherung
    - \* teilnehmende Arbeitgeber
    - \* Umlageberechnung und Erstattung
- Referent:** Experten der zuständigen Sozialversicherungsanstalten
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer und andere leitende Mitarbeiter von mittleren und kleineren Betrieben aus allen Unternehmensbereichen
- Teilnahmegebühr:** 1500.-Franken
- Datum:** voraussichtlich am 24., 26. April, 3. und 8 Mai 1990, jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr

**NEU!**

## Personalauswahl und Vorstellungsgespräch

### - Organisatorische und psychologische Grundlagen des Auswahlvorganges -

*Im Rahmen der strategischen Unternehmensplanung ist der Produktionsfaktor Arbeitskraft ein wichtiges Element. Will ein Unternehmen eine zukunftsgerichtete und effiziente Personalpolitik betreiben, so muß es die Grundsätze erfolgreicher Personalauslese systematisch konzipieren und anwenden. Das Auswahlverfahren und die anzuwendenden Bewertungskriterien müssen durchdacht sein. Die Rollen derjenigen, die die Auswahlgespräche führen, müssen festgelegt werden.*

*Damit ergibt sich die Frage, welche Interviewformen gewählt werden sollen, um eine möglichst sichere Auswahl zu treffen. Dieser Vorgang ist personalwirtschaftlich weitreichend, da man sich von weniger erfolgreichen Mitarbeitern später nur schwer trennen kann.*

*Die erfolgreiche Mitarbeiterführung beginnt mit der Personalauswahl und mit der Einführung der Neuen. Das Vorstellungsgespräch als psychologischer Bewertungsvorgang ist in allen seinen Phasen für die Entscheidungsvorbereitung zu nutzen.*

*Interviewtechniken und passende Frageformen des Interviewers werden in diesem Seminar durch Rollenspiele und durch Diskussion eingeübt. Hinzu kommen Kategorien der Analyse und Bewertung der Bewerbungsunterlagen, die von den Interviewern zuvor zu prüfen sind.*

- Programm:**
- Personalauswahl als strategische Personalplanung
  - Auswahl von Mitarbeitern - ein Beurteilungsvorgang
    - \* Vorgang der Beurteilung
    - \* Fehlerquellen
  - Anforderungsprofile - Eignungsprofile
  - Analyse der Bewerbungsunterlagen
    - \* Allgemeine Kriterien
    - \* Bewerbungsschreiben, Lebenslauf etc.
    - \* Zeugnisse lesen
  - Vorschläge für die Gesprächsführung beim Einstellungsgespräch
    - \* Haltung des/der Interviewer(s)
    - \* Regeln für die Gesprächsführung
    - \* Fragetechniken und Frageformen
    - \* Beispielhafter Fragekatalog
  - Einführung und Einarbeitung des/der neuen Mitarbeiter(s)
    - \* Die ersten 100 Tage des neuen Mitarbeiters in seiner Arbeitsgruppe

**Referent:** Gundolf KÜHN, Dipl.disc.pol, Unternehmensberater, Lehrbeauftragter für Betriebssoziologie und Personalwesen an der Fachhochschule Gießen

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs, Nachwuchskräfte die Personal- (Einstellungs-) Verantwortung übernehmen müssen, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben die mit Einstellungsentscheidungen zu tun haben

**Teilnahmegebühr:** 3000.-Franken

**Datum:** Donnerstag, den 26. und Freitag, den 27. April 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr



# LEASING

Faites profiter votre entreprise des multiples avantages du leasing.

Vos investissements sont financés à 100%. Vous gardez intacts vos moyens propres et diverses sources de financement pour d'autres utilisations, tout en bénéficiant des avantages fiscaux spécifiques à cette formule de financement.

Contactez-nous! Creditlease vous conseillera pour trouver, avec vous, la solution qui convient le mieux à votre entreprise.

 **CREDITLEASE** 

*Société de Location et de Leasing*

Société Anonyme  
50, route d'Esch - L-1470 Luxembourg  
Tél. 45 88 50  
Fax 45 81 03  
Filiale du Crédit Européen S.A.



## 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 und Juniorinnen, die sich bereits kennen und andere noch kennenlernen wollen.

*Vor einiger Zeit hat die Handelskammer im Rahmen ihres Seminarprogrammes ein ganz ungewöhnliches Konzept für künftige Führungskräfte entwickelt. Es wurde darüber nachgedacht, wie man künftigen Chefinnen und Chefs etwas mehr helfen könnte, sich auf ihre Rolle vorzubereiten. Dabei wurde festgestellt, daß neben die spezielle fachliche Förderung auch eine weitergehende Entwicklung der sozialen Kompetenz treten kann. Die Initiatoren des Projektes waren der Meinung, dass es Spass machen kann, im Kreise gleichaltriger junger Menschen, gemeinsam an Themen zu arbeiten, die etwas mit der eigenen Person, den künftigen Mitarbeitern und den Beziehungen zu den Kunden und Lieferanten zu tun haben.*

*Dafür wurde, zusammen mit einem sehr erfahrenen Ökonomie-Professor und Wirtschaftspsychologen, ein wirklich interessantes Programm erarbeitet. Es sieht vor, auf der Grundlage einer intensiven Förderung der eigenen Person kooperative Verhaltensmuster zu lernen. Diese sollen dann junge Menschen in einer besonderen Weise befähigen, in ihren Unternehmen soziale Kontakte aufzubauen. Die Methoden, die dabei Verwendung finden, beruhen auf einem neuen kybernetischen Managementkonzept, mit dem in amerikanischen und europäischen Unternehmen bereits sehr erfolgreich gearbeitet wird. Abgesichert wird diese Idee durch Erkenntnisse und Erfahrungen moderner Verhaltenswissenschaften, die auf einer Vorstellung der Hilfe zur Selbsthilfe aufbauen. Eine wirklich spannende Angelegenheit, wie man sieht.*

*Eine kleine Gruppe von Unternehmerjuniorinnen und -junioren hat die Arbeit an diesen Themen bereits aufgenommen und erste Treffen durchgeführt. Sie hat soviel Freude an der gemeinsamen Arbeit entwickelt, daß sie den Mitgliederkreis ein wenig ausweiten will. Sie hat deshalb beschlossen, noch einige Juniorinnen und Junioren zu werben. Damit will sie erreichen, daß die Gruppe noch vielfältiger wird, und die Arbeit damit für Alle noch interessanter.*

*Die Gruppe trifft sich zweimal im Jahr und wird voraussichtlich drei Jahre zusammen bleiben. Sicherlich sind dann aus den Gruppenmitgliedern Freunde geworden.*

*Die nächsten Treffen finden zu den untenstehenden Terminen statt. Die Gruppe verbringt die drei Tage gemeinsam an einem von ihr ausgewähltem Ort.*

**Referent:** Prof. Norbert A. HARLANDER, Dipl.-Kfm, Wirtschaftspsychologe, Institut für ganzheitliche Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/Köln

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

**Teilnahmegebühr:** 5.000.-Franken

**Datum:** \* Frühjahrstreffen:  
Mittwoch, den 2., Donnerstag, den 3. und Freitag den 4. Mai 1990  
\* Herbsttreffen:  
Mittwoch, den 24., Donnerstag, den 25. und Freitag den 26. Oktober 1990

Dirigeants, croyez-vous que votre personnel est le moteur de votre entreprise?  
Nous tenons à votre disposition de nombreuses références  
de succès concernant la formation du personnel  
aux techniques de vente et de communication.

**Notre but:  
la satisfaction de nos clients**

*sales trainings  
luxembourg* s.à.r.l.

Tél.: 45 00 04 Fax: 45 20 21

# Avec les Agents IBM, c'est devenu aussi simple que cela.



Votre entreprise se développe, vos besoins évoluent, ça y est, vous songez à faire un pas de plus dans l'informatique. Mais vous n'êtes pas informaticien. Alors, vous hésitez. Pourquoi ne pas en parler tout simplement à un Agent Agréé IBM?

Car un Agent Agréé IBM est beaucoup plus qu'un informaticien ou qu'un vendeur. C'est un patron de PME, comme vous. Capable de vous comprendre mieux que personne, puisqu'il est spécialisé dans votre secteur d'activité. Avec lui, vous parlerez d'égal à égal.

Et en toute confiance, cela va de soi. N'oublions pas qu'il a été trié sur le volet, et qu'il est suivi par IBM. A son expérience s'ajoutent les performances d'une large gamme d'ordinateurs multipostes d'IBM, dont la déjà célèbre famille AS/400. Des systèmes à vos mesures, parmi lesquels vous puiserez ensemble. Quant aux applications, c'est bien simple, il en existe des milliers. Rien que pour les PME. Et s'il le faut, il en développera d'autres. Rien que pour vous.

Enfin, il vous suivra à chacun de vos pas. C'est lui qui installera votre système. C'est lui qui vous formera, ainsi que votre personnel. C'est encore lui qui plus tard, sera là pour répondre à chacune de vos questions. Et pour le rencontrer, il vous suffit d'appeler IBM Luxembourg, au 21951. Enfantin, non?

**IBM**

Vous avez tout pour réussir.

## 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 die Teilnehmer wesentlich mehr Informationen in ihrem Gedächtnis speichern, und zwar jederzeit mit direktem Zugriff. Sie gewinnen die für die freie Rede und Argumentation notwendige Sicherheit, 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 Ideenspender 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:** 5.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 7., Dienstag, den 8. und Mittwoch, den 9. Mai 1990, 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 scheitert sehr häufig daran, daß die betriebsspezifischen 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 betriebsspezifischen Anforderungen formulieren kann.

- Programm:**
- Einführung in die Funktion des Personal-Computers
    - \* Software-Angebote
    - \* Betriebssysteme
    - \* Bausteine eines jeden Programms
    - \* Dateien, Sätze, Menütechnik und Masken
    - DV-Projektmanagement
  - 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:** 2.500.- Franken
- Datum:** Donnerstag, den 17. Mai 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und  
Freitag, den 18. Mai 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr

## Training von Selbstsicherheit und selbstbewußtem Auftreten

### – Wie man Selbstbewußtsein und Selbstwertgefühl steigern kann –

*Kein Mensch kann von sich selbst behaupten, daß er sich stets und in jeder Situation selbstsicher verhält. Dies ist auch nicht weiter schlimm, denn wir alle sind Menschen mit Gefühlen und keine Roboter. Das soll aber nicht heißen, daß wir uns auch auf dem Gebiet der Selbstsicherheit nicht doch noch weiterentwickeln können. Im Gegenteil, wir alle sollten es als Chance und Herausforderung sehen, durch geeignetes Denken und Handeln unser Selbstbewußtsein weiter zu verbessern. Dieses Seminar möchte Wege und Möglichkeiten hierzu aufzeigen.*

*In dem Seminar sollen die Teilnehmer lernen, wie man sich in typischen Situationen, in denen man leicht Gefühle der Unsicherheit hat, sicherer verhalten kann.*

- Programm:**
- Keine Scham vor Minderwertigkeitsgefühlen - jeder Mensch verhält sich in bestimmten Situationen unsicher
  - Gründe für unsicheres Verhalten
    - \* bestimmte Denkgewohnheiten können das Gefühl der Unsicherheit noch verstärken
    - \* auch manche Verhaltensgewohnheit beeinflusst unser Selbstwertgefühl in negativer Weise
  - Selbstsicherheit und Selbstbewußtsein können wir steigern
  - Die richtige Denkeinstellung ist wichtig
  - Wie wir schlechte Gewohnheiten loswerden können
  - Wie man mit Zurücksetzungen fertig wird
  - Wie wichtig es ist, „Nein“ sagen zu können
  - Spezielle Übungen zur Steigerung von Selbstbewußtsein und selbstsicherem Auftreten

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

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, die noch so selbstbewußt sind, sich einzugestehen, dass sie sich auf dem Gebiet der Selbstsicherheit noch weiterentwickeln können

**Teilnahmegebühr:** 3.000.-Franken

**Datum:** Montag, den 28. und Dienstag den 29. Mai 1990 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und  
von 14.30 bis 18.00 Uhr



## Vendre, c'est séduire

La réussite d'une entreprise commerciale dépend d'une série de facteurs. Le décor dans lequel vous accueillez vos clients en est un important.

PREFALUX, grâce à son équipe de techniciens et de décorateurs réalise des intérieurs originaux, taillés à votre mesure et personnalisés avec un goût sûr... De quoi séduire vos visiteurs.

La réalisation de votre surface commerciale par PREFALUX, c'est un projet réalisé clé en main dans des délais plus que raisonnables.

La signature PREFALUX, c'est votre assurance réussite.



Rue de la Gare  
6101 Junglinster  
Tél. 78 95 11  
Télex 1746 Préfa lu

**PREFALUX** S.A.

## Telefon-Marketing

### – 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 aufzeigen, 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 viel telefonieren müssen und durch gezielten Telefoneinsatz ihre Verkaufslistung steigern wollen

**Teilnahmegebühr:** 3000.- Franken

**Datum:** Montag, den 11. und Dienstag, den 12. Juni 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

**NEU!**

## Meine Chefautorität – meine Führungsmethode

### – Wege zu echter kooperativer Mitarbeiterführung erkunden –

*Ideen, Vorstellungen, Prinzipien unterliegen einem stetigen Wandel. Manchmal vollzieht er sich sehr langsam, manchmal reisst er uns schier fort. In jedem Fall sind wir gehalten, uns selbst zu überprüfen und uns zu fragen, wie wir die Herausforderungen des Hier und Jetzt einschätzen und welche Antworten wir darauf geben wollen.*

*Dies gilt in besonderer Weise für die Arbeit in Unternehmen und durch Führung. Ständige neue Erfahrungen und Erkenntnisse zwingen uns zu Auseinandersetzungen, mit den Marktpartnern, mit den Konkurrenten, mit den Mitarbeitern, mit sich selbst. Wir sind als Chefs und Vorgesetzte gefordert, uns dem zu stellen und alle die unterschiedlichen Erwartungen, Vorstellungen und Wünsche miteinander zu verbinden.*

*Es ist nicht ganz leicht, hier wirklich erfolgreich zu sein, da unser Klientel immer anspruchsvoller wird und unsere Mitarbeiter immer schwerer zu motivieren und zu führen sind. Deshalb erscheint es chancenreich, sich mit dem Thema der eigenen Chefautorität und einer modernen leistungsorientierten Mitarbeiterführung auseinanderzusetzen. Danach hat derjenige wirkliche Autorität, der sich hinter seine Mitarbeiter stellen kann und sie dadurch ermutigt, selbständig und eigenverantwortlich zu handeln und zu entscheiden.*

- Programm:**
- Wir wollen ein Unternehmen einmal etwas komplexer betrachten
  - Wir wollen die unterschiedlichsten Autoritätsvorstellungen herausarbeiten und daran unser eigenes Chefverhalten prüfen
  - Wir wollen die Wirkungen unserer Chefautorität auf unsere Mitarbeiter bedenken
  - Wir wollen Wege zu einer modernen Mitarbeiterführung im kooperativen Sinne vorbereiten
  - Wir wollen konkrete und praktische Verhaltensspielregeln für uns als Chefs selbst formulieren und diese im einzelnen erwägen
  - Wir wollen Überlegungen anstellen, wie wir unsere Mitarbeiter in ein offenes, konstruktives und kreatives Miteinander einbeziehen

**Referent:** Prof. Norbert A. HARLANDER, Dipl.-Kfm., Wirtschaftspsychologe, Institut für ganzheitliche Persönlichkeits- und Unternehmensentwicklung, Erfstadt/Köln.

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, Personalchefs, sowie andere leitende Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben, die neugierig auf Menschen sind und sich vorstellen können, daß moderne Mitarbeiterführung ein erfolgreicher Weg zu mehr Leistung und Zufriedenheit im Unternehmen sein kann

**Teilnahmegebühr:** 3.000.-Franken

**Datum:** Dienstag, den 12. und Mittwoch, den 13. Juni 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 18.00 Uhr

## Leistungssteigerung und Gewinnmaximierung im Verkauf

### – Neu im Außendienst / Teil III –

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. in Grundseminaren 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 nonverbalen Mittel der rhetorischen Beeinflussung
    - \* Was verraten nonverbale 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, Verkaufstrainer, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Verkäufer, Kundenberater, sowie Nachwuchskräfte von Großhandelsbetrieben, welche Teil I und II des Seminars „Neu im Außendienst“ besucht haben, oder entsprechende Berufserfahrung haben

**Teilnahmegebühr:** 4.000.- Franken

**Datum:** Mittwoch, den 13., Donnerstag, den 14. und Freitag, den 15. Juni 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## EG-Binnenmarkt ab 1993 – Chancen und Risiken

*Der Wettlauf um die günstigsten Ausgangspositionen ist bereits im Gange, bei Europäern und Nicht-Europäern (USA und Japan). Wie kann welchen Nachteilen rechtzeitig begegnet werden und welche Vorteile können genutzt werden?*

*Im Laufe dieses Tagesseminars erfahren die Teilnehmer wesentliche Informationen, auch aus Hintergrundgesprächen mit Insidern, und werden für die Belange ihres Unternehmens in der neuen Marktsituation sensibilisiert und motiviert, um das eigene Unternehmen auf Chancen und Risiken vorzubereiten.*

*Eingesetzt werden bewährte Lehrmethoden wie Vortrag, Diskussion, Einzel- und Gruppenarbeit mit Workshop-Charakter.*

- Programm:**
- Strategische Entscheidungssituationen
  - Marketing-Konstellationen
  - Standort-Situation
  - Steuerliche Konsequenzen
  - Investitionsproblematik
  - Unternehmensgrößenaspekte
  - Besonderheiten kleinerer und mittlerer Unternehmen
  - Änderungen im Warenverkehr
  - Generelle rechtliche Auswirkungen
  - Generelle Branchensituation
  - Umweltpolitik
  - Ausgewählte Partnerländer (Kunden/Lieferanten)
  - Dienstleistungen künftig
  - Sozialpolitische Maßnahmen
  - Personalwirtschaft
  - Verbraucherschutz

**Referent:** Prof. BLUM, KENNTAKT, Karriere,-Personal- und Managementberatung GmbH, Bonn

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von mittleren und kleinen Handelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 1750.- Franken

**Datum:** Dienstag, den 19. Juni 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## Wie läßt sich ein verkaufsfördernder Dienst am Kunden organisieren?

### – Wie man Kunden gewinnt und behält –

*Dieses Verkaufsförderungs-Seminar soll den Unternehmen aus dem Großhandels-, Produktions- und Dienstleistungsbe- reich (Banken, Versicherungen, Zeitungen und Anzeigenblättern), die ihre Produkte bzw. Dienstleistungen an oder über den Einzelhandel einkaufen, eine große Hilfe sein.*

*Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern praktische Hinweise zu geben, wie ein zeitgemäßer Kundendienst organisiert und aufgebaut werden kann, der die Wettbewerbsfähigkeit und die Rentabilität der Kunden, sprich des Einzelhandels, steigert und somit wesentlich zum eigenen Umsatzplus beiträgt.*

- Programm:**
- Was erwartet der Einzelhandel an Serviceeinrichtungen?  
(eine aufschlußreiche Befragung des Einzelhandels)
  - Sind Mitarbeiter im Außendienst geschätzte Berater für den Fachhandel?
  - Wie läßt sich die IMAK-Methode zur Leistungssteigerung der Mitarbeiter nutzen?  
(I = Informieren, A = Aktivieren, M = Motivieren, K = Kontrollieren)
  - Wodurch können die innerbetrieblichen Einsatzfaktoren Mensch - Ware - Raum - optimaler genutzt werden?
  - Praktische Beispiele, wie man Verkaufsförderung in die Marketingkonzeption der verschiedenen Betriebsformen einbaut
  - Wie lassen sich die Anregungen systematisch und programmatisch im eigenen Unternehmen mit Erfolg durchführen?

**Referent:** Siegfried MENNINGER, Dipl.-Fachberater, Bonn

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Werbeleiter, Verkaufsleiter, Kundenberater, sowie insbesondere Außendienstmitarbeiter von Großhandels-, Produktions- und Dienstleistungsbetrieben

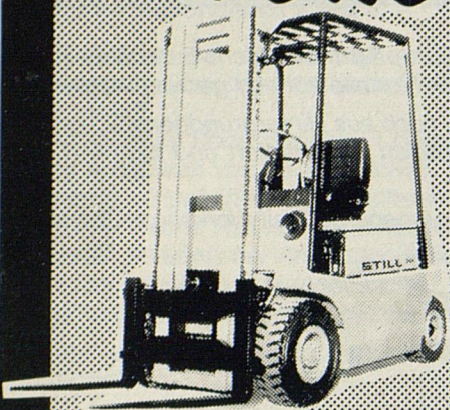
**Teilnahmegebühr:** 1.750.-Franken

**Datum:** Montag, den 1. Oktober 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr



# BONJOUR L'INDUSTRIE ICI AGRILUX

Département industrie et génie civil



CHARIOTS-ELEVATEURS  
ELECTRIQUES-LPG-DIESEL  
jusqu'à 8 tonnes  
TRACTEURS  
ELECTRIQUES-DIESEL  
**STILL**

BATTERIES DE TRACTION



RAYONNAGES



PLASTICS

**Lockweiler**

PELLES EXCAVATRICES  
SUR PNEUS ET SUR CHENILLES



CHARIOTS-ELEVATEURS  
à partir de 8 tonnes

**SVETRUCK**



**KARCHER**

NETTOYEURS  
A HAUTE PRESSION,  
ASPIRATEURS  
ET PRODUITS DE NETTOYAGE

CHARIOTS ELEVATEURS  
TOUS TERRAINS

**CLAAS**

NACELLES ELEVATRICES

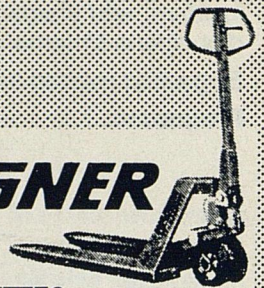
**TEUPEN  
hyLIFT**

GRUES, ENGINES  
PORTE-CONTAINER

**PPM**

**WAGNER**

Schildkröte



TRANSPALETTES

TRANSGERBEURS

CHARIOTS A MAT  
RETRACTABLE

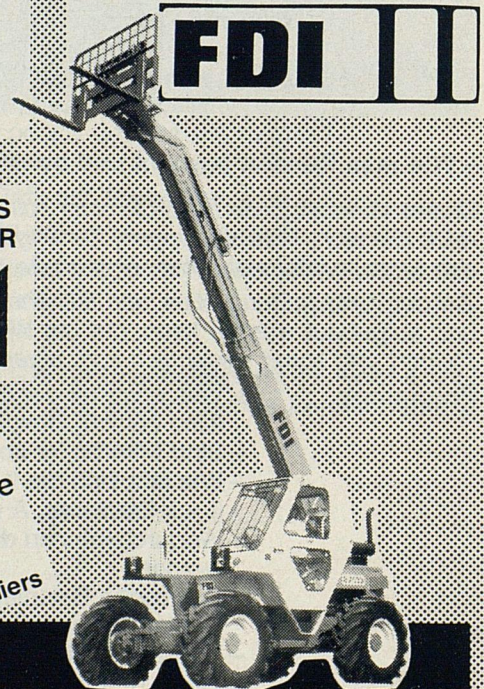
AIDE-MAGASINIERS  
ELECTRIQUES

CHARIOTS ELECTRIQUES  
AUTOMATIQUES SANS  
CONDUCTEURS

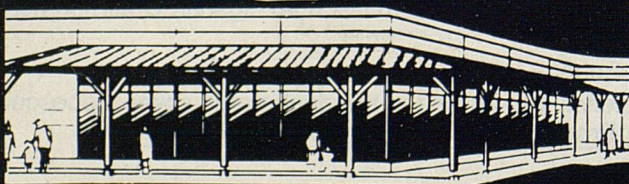
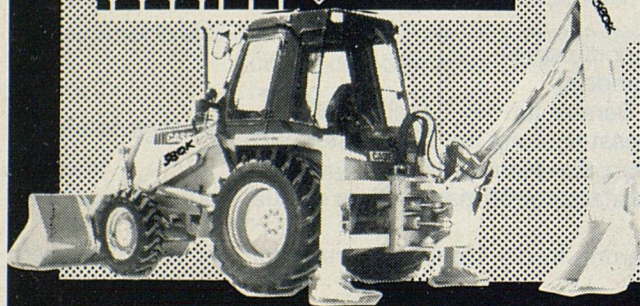
**WALTER**  
OUTILLAGE

CHARGEURS TELESCOPIQUES

**FDI**



Grand choix de  
pièces de rechange  
et d'accessoires.  
Service après-vente  
assuré dans nos ateliers



**AGRILUX**

Wallerdange  
150. route de Diekirch  
Tél. 33 27 11

Au service : - des loisirs - de l'industrie - Service après-vente  
- du jardinage - du génie civil - Atelier de réparation  
- de l'agriculture - des communes - Pièces de rechange

## Controlling als Führungsinstrument im Handelsbetrieb

*Controlling ist nicht gleichzusetzen mit Kontrolle.*

*Controlling ist vielmehr ein modernes Führungsinstrument, das als zukunftsgerichtetes Steuerungsmittel der Vorbereitung von Führungsentscheidungen dient. Kernaufgabe ist die Bereitstellung von Informationsdaten sowie die Erhebung und Verarbeitung von Informationen, deren äußere Ausdrucksform eine den unternehmerischen Zielsetzungen entsprechend gestaltete Planungsrechnung ist.*

- Programm:**
- Welche Voraussetzungen müssen für ein erfolgreiches Controlling gegeben sein?
  - Der Inhalt lang-, mittel- und kurzfristiger Planung
  - Warum ist Flexibilität bei der Planerstellung so wichtig?
  - Das Verhältnis von Planung und Kontrolle
  - Warum sollten Führungskräfte an der Erstellung der Pläne beteiligt werden?
  - Der Abstimmungsprozess bei einem integrierten System
  - Wie praktiziert man das Controlling?
  - Welche Funktion kommt der Kontrolle in einem Controlling-System zu?
  - Wie führt man die Kontrollfunktion praktisch durch?
- Referent:** Dr. Gerhard DORN, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Wiesbaden
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere qualifizierte Führungskräfte von Groß- und Einzelhandelsbetrieben sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe
- Teilnahmegebühr:** 1.750.- Franken
- Datum:** Montag, den 15. Oktober 1990 von 9.00 bis 12.00 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## Situationsgerechte und erfolgswirksame Führungstechniken für Vorgesetzte

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

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

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

- Programm:**
- Die Aufgabe und Rolle des Vorgesetzten als Führungskraft
    - \* Der Vorgesetzte zwischen Sachaufgaben und menschlichem Entfaltungswillen - Mitarbeiterführung als Aufgabe der Harmonisierung von Unternehmens- und Mitarbeiterzielen
    - \* Klassische Führungsstile und Steuerung des Mitarbeiterverhaltens
    - \* Situationsgerechtes Führen unter Berücksichtigung des Reifegrades der Mitarbeiter als aktuelles Konzept
  - Leistungssteigerung der Mitarbeiter durch zeitgemäße Motivierung
    - \* Wie Motivation entsteht und erhalten bleibt
    - \* Bedürfnisanalyse als Voraussetzung für wirksames Motivieren
    - \* Grundlegende Bedürfnisse der Mitarbeiter
    - \* Leitsätze für Eigen-Motivation der Vorgesetzten und Grundregeln für Motivierung der Mitarbeiter
  - Praktische Führungsmittel und Führungsgespäche im Führungsalltag des Betriebes
    - \* Beobachten und Bewerten als Grundvorgang jeder Vorgesetzten-Tätigkeit
    - \* Auf die Kontrolle hat Kritik zu erfolgen
    - \* Anerkennung und Kritik - psychologisch richtig anwenden
    - \* Regeln für motivierende Mitarbeitergespräche
  - Zusammenfassende Schlußfolgerungen zur modernen Führungspraxis.
- Referent:** Gundolf KÜHN, Dipl.disc.pol, Unternehmensberater, Lehrbeauftragter für Betriebssoziologie 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:** 3.000.- Franken
- Datum:** Donnerstag, den 18. und Freitag, den 19. Oktober 1990, 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, 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 22. und Dienstag, den 23. Oktober 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Kalkulieren 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 und Kalkulation 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:** 1.750.- Franken

**Datum:** Freitag, den 26. Oktober 1990, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

**NEU!**

## Mehr Umsatz durch bessere Werbung

*Werbung ist Bestandteil des betrieblichen Marketingkonzeptes. Erfolg hat sie aber nur, wenn zur Ware, zum Unternehmen und zur Kundenzielgruppe passende Werbemedien eingesetzt und bestimmte Werbegrundsätze berücksichtigt werden. Erfolgreiche Werbung kann darüber hinaus nur auf der Basis einer sorgfältigen Werbeplanung betrieben werden.*

*Im Seminar werden dazu erfolgserprobte Werbemedien und ihr betriebsindividueller Einsatz am Beispiel vorgestellt. Aufgrund langjähriger Praxiserfahrung werden u.a. Verbesserungsvorschläge und Entscheidungskriterien für eine individuelle Werbekonzeption, die richtige Ansprache der umworbenen Zielgruppen sowie die Vorbereitung und Durchführung von Aktionen besprochen.*

**Programm:**

- Direktwerbung
- Anzeigenwerbung
- Prospektwerbung
- Werbung am Verkaufsort
- Public Relations
- Verkaufsförderung
- Werbeplanung
  - \* Werbeetatplanung
  - \* Werbemittelplanung
  - \* Werbethemenplanung
  - \* Werbeerfolgskontrolle

**Referent:** Heinz STEFFENS, Dipl.-Wirtschaftsing., BBE-Werbeagentur, Köln

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, Werbeleiter, Verkaufsleiter, Verkäufer, sowie andere für Werbung und Schaufenstergestaltung verantwortliche Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 1.750.-Franken

**Datum:** Montag, den 5. November 1990, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

**NEU!**

## Erfolgreicheres Exportieren nach Deutschland – insbesondere im Hinblick auf 1993

### – Deutsche Einkäuferpraktiken und Verhandlungstechniken –

*Was wissen luxemburgische Exportverkäufer eigentlich über deutsche Einkäufer? Viel zu wenig!*

*Es herrschen zwar bestimmte Vermutungen bei luxemburgischen Verkäufern, wonach deutsche Einkäufer einen „beschlippten“, wohlgekleideten Verkäufer erwarten. Aber diese Stereotypen sollte man schnellstens vergessen. Der deutsche Verkäufer akzeptiert die persönliche Note des luxemburgischen Verkäufers und dieser braucht sich deshalb nicht zu verstellen, wenn er auf Verkaufsreise in Deutschland ist.*

*Was der deutsche Einkäufer seitens der Verkäufer erwartet, ist solide Professionalität in bezug auf die eigenen angebotenen Produkte und deren Verkaufsargumente. Was man wissen sollte, sind die Überlegungen, die der deutsche Einkäufer anstellt, um eine Entscheidung zu treffen. Denn genau so wie professionelle Verkäufer sind auch professionelle Einkäufer durch intensive Schulung auf ihre Aufgabe vorbereitet. Es scheint uns deshalb für luxemburgische Verkäufer von allerhöchster Wichtigkeit ihnen zu vermitteln, was deutsche Einkäufer dazu bewegt, ein Verkaufsangebot anzunehmen oder abzulehnen.*

*Dies soll in einem zweitägigen Intensivkursus geschehen, der von einem erfahrenen Ausbildungsleiter, der seit vielen Jahren die Einkäufer deutscher Großfirmen schult, durchgeführt wird. Die Teilnehmer erhalten somit die einmalige Gelegenheit, ihren deutschen Verhandlungspartner besser verstehen zu lernen. Der Kurs wird in deutscher Sprache abgehalten, um eine grössere Wirklichkeitsnähe zu erzielen - die Verhandlungssprache in Deutschland ist ja in neun von zehn Fällen*

*sowie so Deutsch. Die Teilnehmer sollten zumindest gute passive deutsche Sprachkenntnisse haben, um den vollen Nutzen des Kursus auszuschöpfen.*

*Das Seminar stellt hohe Anforderungen an die einzelnen Teilnehmer - doch sollte lieber hier und jetzt ein Extraeinsatz erbracht werden, als später einen Mißerfolg bei den Exportgeschäften aus Deutschland mit nach Hause zu bringen.*

- Programme:**
- Was erwarten professionelle Einkäufer von guten Geschäftsbeziehungen? (Diskussion und Rollenspiel)
    - \* Informationsinteresse
    - \* Motive von Einkäufern
    - \* Einkaufsstrategien
    - \* Betriebswirtschaftliche Vorteile
    - \* Preispolitik
  - Einkaufs- und Verhandlungsverhalten (Diskussion und Rollenspiel)
    - \* Erfolgserwartungen
    - \* Strategisch-psychologische Verhandlungsvorbereitung
    - \* Methoden der Preisanalyse
  - Frage- und Argumentationstechniken unterschiedlicher Einkäufertypen (Wechselgespräch und Rollenspiel)
    - \* Der technisch orientierte Einkäufer
    - \* Der preis- und kostenbewußte Einkäufer
    - \* Der unternehmerisch denkende Einkäufer
  - Das Erfolgskonzept: „Einkäufer kaufen lassen“ (Fallstudie und Vortrag)
    - \* Das einkäufergerechte Angebot
    - \* Die menschlichen Stärken und Schwächen
    - \* Das kybernetische Wechselspiel zwischen Vor-Agieren und Agieren
  - Zusammenfassung der Trainingserkenntnisse für die Praxis

**Referent:** M. Paul KÖCKMANN, Strategieberater und Motivationstrainer, Ratingen

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Exportleiter, Verkaufsleiter, Außendienstmitarbeiter sowie andere interessierte Mitarbeiter von Industrie- und Handelsbetrieben die im Exportgeschäft tätig sind

**Teilnahmegebühr:** 4000.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 8. und Freitag den 9. November 1990 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## BERUFSNEULING? . . . So führen Sie das Verkaufsgespräch sicherer

### Einsteiger-Seminar für Verkäufer(-innen) im Einzelhandel

*Das Verkaufsgespräch mit immer kritischeren Kunden ist selbst für Profis nicht immer einfach. Im Verkaufs-Seminar stellen Sie fest, worauf es hierbei ankommt. Die meisten Verkaufsmitarbeiter im Einzelhandel haben sich den Umgang mit Kunden selbst beigebracht – ein mühsamer Weg –. Sie können sich den Start in die Berufspraxis erheblich erleichtern, wenn Sie gleich zu Beginn den richtigen Weg gehen!*

- Programm:**
- Verkaufen ist keine Kunst, sondern ein lösbares Kommunikationsproblem
  - Die Anforderungen an den Verkäufer bei unterschiedlichen Anbietungsformen: vom Aushändigungs- bis zum Beratungsverkauf
  - Der rote Faden fürs Verkaufsgespräch
  - Gesprächsführungsmethoden 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 12. und Dienstag, den 13. November 1990, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Schwachstellen 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:** 1.750.- Franken
- Datum:** Montag, den 19. November 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## Umsatz steigern und Kosten sparen durch systematischen Telefonverkauf

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

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

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

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

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

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

- Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations-Trainer und Berater, Hamburg
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Außendienstmitarbeiter, Verkaufssachbearbeiter von Großhandelsbetrieben, die durch gezielten Telefoneinsatz ihre Verkaufsleistung steigern wollen
- Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken
- Datum:** Mittwoch, den 21., Donnerstag, den 22. November 1990 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

S E M A P H O N E S

# COMMUNIQUEZ POUR GAGNER

Motorola, leader mondial de la communication sans fil, vous propose une gamme complète de radiotéléphones, sémaphones et radiomessagers. Performants, efficaces et multifonctionnels, ils vous accompagneront sur la route du succès.



**MOTOROLA**

*Etablissements Neu  
Succ. J.M. Arens 75, Kohlenberg  
L-1870 Luxembourg- Cessange Tel. : 48 83 11*

## EDV-gestütztes Controlling

Dieses Seminar ist als Aufbaustufe zu den Veranstaltungen „Controlling als Führungsinstrument im Handelsbetrieb“ mit Herrn Dr. Dorn und „Kalkulation mit dem Personal-Computer“ mit Prof. Bockholt konzipiert worden.

Mit Hilfe von Tabellenkalkulationsprogrammen werden Instrumente zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmen dargestellt.

Die Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung sind wesentliche Bestandteile eines EDV-gestützten Controlling und daher von vorneherein darauf einzurichten.

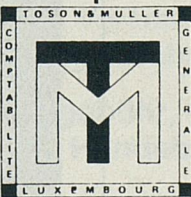
- Programm:**
- Einordnung des Controlling ins Unternehmen (Handel, Hotel- und Gaststättengewerbe)
    - \* Aufgaben des Controllers, Befugnisse des Controllers
    - \* Voraussetzungen im Finanz- und Rechnungswesen
  - Planungsebenen mit PC- Einsatz
    - \* Absatzstrategien
      - = Mit welchen Produkten mache ich im nächsten Jahr Umsatz?
    - \* Entwicklungsstrategien
      - = Verändern technische Entwicklungen innerbetriebliche Strukturen und die eigene Position im Markte? Welche Aufwendungen kommen damit auf mich zu?
    - \* Investitionen
      - = Wie bekomme ich meine Investitionen in den Griff? (Investitionsrechnung mit dem PC)
    - \* Beschaffungsmarketing
      - = Kann ich den EG-Markt und weitere Länder stärker nutzen? (Analysen per PC in der Einkaufsfinanzierung)
      - = Wie erkenne ich Ladenhüter und Gewinnträger?
    - \* Personalstrategien
      - = Verändern sich durch veränderte Märkte meine Personalkosten?
    - \* Finanzstrategie
      - = Kann der cash-flow das geplante Jahr finanzieren?
      - = Woher und wie bekomme ich neue Mittel?
  - Budgetierung per PC
    - \* Planbilanz und Plan-GuV, Umsatzbudget, Kostenbudget
    - \* Investitionsbudget, Personalbudget, Finanzbudget
  - Budgetkontrolle und Berichtswesen per PC
    - \* Monatlicher Soll-Ist-Vergleich
    - \* Kombination von Planungen und Finanzbuchhaltung
    - \* Frühwarnsysteme, Abweichungsanalyse
    - \* Betriebswirtschaftliche Auswertungen, Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

**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 Controlling einführen bzw. sich darin einarbeiten wollen

**Teilnahmegebühr:** 2.000.-Franken

**Datum:** Freitag, den 23. November 1990 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

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





## EUROGUICHET LUXEMBOURG

7, rue de Alcide de Gasperi, L-1615 Luxembourg

Tél.: 43 58 53  
Télex: 60174 chcom lu  
Téléfax: 43 83 26

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.

## RICHTIG GEWIELT

Wir helfen Ihnen bei der Vorbereitung Ihrer Verkaufsaktivitäten:

- Erstellung von Datenbanken potentieller Kunden.
- Aktualisierung und Umstellung Ihrer Kundenkartei auf EDV.
- Ermittlung und Bewertung möglicher Kunden.
- Terminvereinbarung für Ihre Verkaufsabteilung.
- Organisation und Bearbeitung Ihrer Werbeschreiben.
- Empfang von Telefonanrufen für Ihren Betrieb.
- Internationaler Telemarketing: Belgien, Deutschland, England, Frankreich, Irland, Niederlande, Österreich, Schweiz.

### PHONE AND MAIL TELEMARKETING

E. Olinger  
19, rue de Wormeldange L-6180 Gonderange  
Tél : 78634 / 788004 Fax : 789032



Allemagne	8.700 flux
Australie	10.200 flux
Autriche Industrie	7.100 flux
Autriche Commerce	7.100 flux
Belgique	7.100 flux
Brunei	2.500 flux
Danemark	7.100 flux
Espagne	7.100 flux
France	10.600 flux
Grande-Bretagne	8.300 flux
Indonésie	6.900 flux
Irlande	4.100 flux
Islande	4.100 flux
Israël	7.100 flux
Italie	9.500 flux
Malaisie	7.100 flux
Maroc	7.100 flux
Norvège	7.100 flux
Pays-Bas	7.100 flux
Singapour	7.100 flux
Suède	7.100 flux
Suisse	7.100 flux
Thaïlande	4.100 flux

Tous nos prix s'entend hors TVA (12%). Le présent tarif annule et remplace le précédent.

**Les éditions Kompass une mine  
de renseignements sur  
l'économie de 23 pays**

**Kompass Luxembourg S.à.r.l.  
L-2763 Luxembourg**

**Tél. 49 60 51  
Fax 49 60 56**

## Verhandlungspsychologie und -taktik in der täglichen Praxis

Ziel dieser Veranstaltung ist es, die Teilnehmer mit neuesten Erkenntnissen der Verhandlungsführung bekanntzumachen. Die Teilnehmer sollen am Ende der Veranstaltung in der Lage sein, auch in schwierigen Fällen erfolgreich verhandeln zu können.

Ein großer Teil des Seminars ist dem Training gewidmet. Eingesetzt werden bewährte Lehrmethoden wie Vortrag, Diskussion, Einzel- und Gruppenarbeit und überwiegend Simulationstraining an praktischen Fällen. Die Teilnehmer werden gebeten, Probleme aus der eigenen Praxis mitzubringen und zur Diskussion zu stellen.

- Programm:**
- Voraussetzung erfolgreicher Verhandlungsführung
    - \* Persönliche und sachliche Voraussetzungen
    - \* Die Vorbereitung der Verhandlung
  - Durchführung der Verhandlung
    - \* Kontakt als Basis
      - Name und Titel - aktives Zuhören - Kleidung - Gesichtsausdruck - Hobby - optimale Distanz
    - \* Möglichkeiten optimaler Selbstinformation durch richtige Fragestellung
    - \* Partnergerechte Argumentation - die plastische Sprechweise - der praktische Fall
      - der mögliche Fall - das Schlagwort - der Vergleich
    - \* Die drei Partnertypen und ihre Behandlung
    - \* Behandlung des Widerspruchs
      - Ja-aber-Taktik - Vergleich der Argumente - Plus-Minus-Methode - Gegenargumentation -
      - die Frage als Mittel zur Auflösung des Widerspruchs
  - Der Abschluß der Verhandlung
    - \* Der erfolgreiche Abschluß
    - \* Kontaktschluß als zukünftige Basis
    - \* Das Modell des Verhandlungsgesprächs in seiner Gesamtheit und seiner praktischen Anwendung
  - Die Dialektik als Sonderform in einer Verhandlung oder Diskussion
    - \* Die Arten der Dialektik
    - \* Faire und unfaire Dialektik
    - \* Dialektische Kunstgriffe und ihre Anwendung
    - \* Die Abwehr dialektischer Angriffe und ihre Umwandlung zum eigenen Vorteil

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

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

**Teilnahmegebühr:** 5000.- Franken

**Datum:** Dienstag, den 27. und Mittwoch, den 28. November 1990 jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.00 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.

A black and white photograph of a man with a mustache, wearing a white lab coat over a collared shirt and tie. He is looking towards the camera with a slight smile. In his right hand, he holds a large, professional-grade spray gun. The background is a plain, light-colored wall.

# Le Leasing?

## Facile, avec la BIL.

Dans la vie active, que vous travailliez en entreprise ou à votre compte, il vous faut une installation adéquate, un équipement impeccable.

Et pour l'avoir, quoi de mieux que le BIL-Leasing.

C'est là un mode de financement actuel qui vous permet de disposer du matériel nécessaire sans devoir toucher à votre capital. Car le leasing permet un financement à 100%. Et présente un intérêt du point de vue fiscal. De l'acquisition d'une pelle mécanique à l'équipement d'un atelier complet en passant par l'installation d'un bureau, tout est possible. La BIL achète, vous louez. A des taux fixes! Contactez nos départements PME et Grandes Entreprises ou votre agence BIL! Et dites-leur ce qu'il vous faut. Vous verrez, grâce au BIL-Leasing, s'équiper, c'est chose facile.

**BIL: Le sur-mesure bancaire.**

