

# MerKUR

DE LETZEBURGER

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



- 150 Jahre Handelskammer
- Fortbildungsseminare der Handelskammer

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

1/91

# Construisons l'avenir ensemble



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

Chaque idée, chaque projet soumis sont analysés à fond et les experts de

la Banque Générale du Luxembourg n'hésitent point à innover afin de trouver les meilleures réponses dans l'intérêt du client.

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

Nous construirons l'avenir ensemble!



**BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG**

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

## Leitartikel: 150 Jahre Handelskammer

Dieses Jahr wird die Handelskammer des Großherzogtums Luxemburg ihrer hundertfünfzigjährigen Existenz gedenken. Ihre Gründung fällt in die Zeit der Unabhängigkeitsbestrebungen des luxemburgischen Volkes und verdankt ihr Entstehen einem königlichen Beschluß Wilhelms des Zweiten vom 1. Oktober 1841. In seinem Buch „Histoire de l'Economie luxembourgeoise“ umriß der Historiker Paul Weber die Errichtung der Handelskammer so: „Die Handelskammer ist die erste Unabhängigkeitsbekundung eines zur Selbstverwaltung aufgerufenen Staates, die erste legale Verkörperung eines erneut unabhängigen Luxemburgs sowie der erste Vermittler öffentlicher Meinung durch einen auf legaler Basis wirkenden Wortführer.“

Zu Beginn zählte die Handelskammer einundzwanzig vom Staat ernannte Mitglieder. Elf vertraten die Anliegen der wichtigsten Industrien und zehn wahrten die Interessen der verschiedenen Dienstleistungszweige.

Heutzutage setzt sich die Handelskammer, eine Körperschaft öffentlichen Rechts, die ihr jetziges Statut durch das Gesetz vom 4. April 1924 bezieht, aus acht Gruppen oder Wählerschaften zusammen, deren Sitzzahl der jeweiligen ökonomischen Gewichtung entspricht.

So teilen sich Großhandel, Einzelhandel und Transport, metallurgische Unternehmen, Banken, Versicherungsgesellschaften, Beherbergungsgewerbe, Café- und Restaurantinhaber sowie Klein- und Mittlere Industrie insgesamt dreiundzwanzig Sitze.

Die Handelskammer zählt um die dreizehntausend Berufsangehörige, die mehr als hunderttausend Menschen beschäftigen und somit über 80 Prozent des nationalen Gesamthaushalts ausmachen. Neben Handwerkerstand und Landwirtschaft, die eigene soziale Ansprüche erheben, ist die Handelskammer der weitaus bedeutendste Wortführer und Vertreter der luxemburgischen Wirtschaft.

Zu ihrem breitgefächerten Aufgabenbereich gehören in erster Linie Wahrnehmung und Förderung der wirtschaftlichen Gesamtinteressen aller Wirtschaftszweige. Aufgrund dieses Leitsatzes wendet sich die Handelskammer unmittelbar an Regierungsstellen und Behörden in Form von Denkschriften, Stellungnahmen, Vorschlägen und Gutachten. Sie äußert sich außerdem zu juristischen, wirtschaftlichen, steuerlichen und arbeitsrechtlichen Fragen sowie zu Problemen der Berufsausbildung und der Sozialversicherung.

In diesem Rahmen sei daran erinnert, daß zu allen Regierungsverfügungen und Gesetzesvorlagen, die in ihren Zuständigkeitsbereich fallen, die Handelskammer um ihr Gutachten gefragt werden muß.

Des weiteren hat die Handelskammer das Recht der Regierung Gesetzesvorschläge zu unterbreiten, die von letzterer zu prüfen

sind und gegebenenfalls an die Abgeordnetenversammlung weitergeleitet werden.

Um den vielfältigen Anliegen der etwa dreizehntausend Kammerzugehörigen angemessen entgegenzukommen, sind bei der Handelskammer mehrere Dienststellen und Abteilungen tätig, die im Laufe des anstehenden Jubiläumjahres noch ausführlicher in der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

So besteht beispielsweise eine Abteilung, die in der Unternehmensberatung tätig ist. In dieser Abteilung sind die verschiedenen Kredit- und Hilfsgenossenschaften des Luxemburger Handels integriert – „Mutualité de Cautionnement et d'Aide aux Commerçants“ und „Mutualité d'Assistance aux Commerçants“. Benötigt ein Gewerbetreibender und Kammerzugehöriger Informationen und Hilfestellung bei Fragen, betreffend Förderungsdarlehen, Subventionen, SNCI und sonstige Kreditaufnahmen, kann und soll er sich an diese Abteilung wenden. Diese liefert die so oft benötigten Fachgutachten aus wirtschaftlicher Sicht und Informationen über alle wirtschaftlichen und rechtlichen Daten und Fakten.

Rechtliche Fragen und Probleme fallen natürlich im wesentlichen in den Zuständigkeitsbereich der bei der Handelskammer tätigen Rechtsabteilung. Der für Rechtsfragen zuständige Experte steht den Kammerzugehörigen auch bei Detailproblemen – Mietverträge, Arbeits- und Wettbewerbsrecht – zur Verfügung. Die Aufgabe der Außenhandelsabteilung ist es den Kammerzugehörigen bei jedweder Art von Problemen, betreffend den Export oder Import von Konsum- und Industriegütern zur Seite zu stehen, hierzu zählt auch die Vermittlung von gängigen Informationen, wenn ein luxemburgischer Kaufmann ausländische Lieferanten eines bestimmten Produktes in Erfahrung bringen will, wobei die Handelskammer, an Hand ihrer Nachschlagewerke, schnell und kostenlos weiterhelfen kann.

Einen nicht zu übersehenden Beitrag für die Entwicklung von Industrie und Handel liefern auch die für die Berufsausbildung und die Weiterbildung zuständigen Dienststellen. Im wechselseitigen Kontakt mit der Regierung, bzw. dem Erziehungsministerium einerseits und den verschiedenen Arbeitgeberverbänden und Betrieben andererseits, sind die bei der Handelskammer für die Berufsausbildung zuständigen Verantwortlichen bestrebt, einen gewissen Einfluß auf die Programme und Strukturen der verschiedenen Schultypen auszuüben, um den Jugendlichen von heute eine arbeitsgerechte Ausbildung zu ermöglichen, damit sie morgen eine bessere Aussicht auf einen interessanten und gut bezahlten Arbeitsplatz haben. In den letzten fünfzehn Jahren wurde die 1948 eingerichtete Abteilung für Weiterbildung zielstrebig ausgebaut. So waren im vergangenen Jahr über dreitausend Kandidaten im „Centre de Formation Continue“ eingeschrieben.

Dank ihrer langjährigen Erfahrungen und Erkenntnisse wird sich die geschichtsträchtige und stets nach vorn blickende Handelskammer maßgeblich an der Entfaltung der luxemburgischen Wirtschaft in den neunziger Jahren beteiligen.

**Merkur** DE LETZBURGER

Editeur: Chambre de Commerce

7, rue Alcide de Gasperi, B.P. 1503  
L-1015 Luxembourg-Kirchberg  
Tél.: 43 58 53  
Télex: 60174 chcom lu  
Téléfax: 43 83 26

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

Imprimerie Zierden s.à r.l.

# Fortbildungsseminare der Handelskammer

## Programm 1991

Bei der Eröffnung des Bildungszentrums im Januar 1989 wurde daran erinnert, daß die Handelskammer bereits in den ersten Nachkriegsjahren auf dem Gebiet der beruflichen Weiterbildung tätig geworden ist. Seit 1978 bietet sie, neben den bekannten Abendkursen in Buchführung, Handelskorrespondenz und Steuerrecht, ein sich in ständigem Ausbau befindliches, den Erfordernissen der Wirtschaft angepaßtes Fortbildungsprogramm an. Mit ihren Seminaren und Kurzlehrgängen möchte die Kammer den Inhabern und leitenden Mitarbeitern der Betriebe ihres Zuständigkeitsbereiches die Gelegenheit geben, ihr berufliches Wissen zu vervollständigen und den neuen Entwicklungen in den verschiedenen Sparten der Geschäfts- und Personalführung anzupassen.

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

In Luxemburg, wie in den anderen europäischen Ländern ist die Fort- und Weiterbildung, zu einem festen Bestandteil der Ausbildung in allen Berufsbranchen geworden. Seit Inkrafttreten des inzwischen abgeänderten Gesetzes vom 21. Mai 1979 über den technischen und beruflichen Unterricht und die damit verbundene Institutionalisierung der beruflichen Weiterbildung, das heisst während der letzten 12 Jahre, haben mehr als 25.000 Teilnehmer die von der Handelskammer abgehaltenen Kurse besucht, ein Beweis dafür, auf welch großes Interesse die Weiterbildung bei den luxemburgischen Unternehmen stößt.

Diese Zahl und besonders die Zunahmequoten in jüngster Zeit zeugen außerdem davon, daß viele Betriebe die Herausforderungen des großen europäischen Binnenmarktes, der ab 1. Januar 1993 verwirklicht wird, erkannt haben und bereit sind, sich dem internationalen Wettbewerb zu stellen.

Auf den nachfolgenden Seiten wird das für 1991 vorgesehene Seminarprogramm in seinem kalendermäßigen Ablauf vorgestellt. Wie gewohnt, wurden bei dessen Ausarbeitung den bisher gesammelten Erfahrungen Rechnung getragen und, was die endgültige Ausrichtung betrifft, auf den wertvollen Rat und Beistand des „Comité de promotion professionnelle pour le commerce et le secteur HORESCA“ unter der Präsidentschaft von Herrn Francy Hippert als gewähltes Kammermitglied, zurückgegriffen.

Dem Leser soll durch diese Veröffentlichung erlaubt werden, die ihn oder seine Mitarbeiter interessierenden Themen rechtzeitig vorzumerken, bzw. in seinen Terminkalender für 1991 einzutragen. Zusätzliche Auskünfte werden gerne von der Fortbildungsabteilung der Handelskammer mitgeteilt.

**NEU!**

## Profilierung des Fachgeschäftes durch zukunftsorientiertes Marketing

*Wer die Auseinandersetzung mit seinen Mitbewerbern beim Kampf um den Kunden siegreich bestehen will, muß sich durch eindeutige Profilierung von ihnen absetzen, die Schwächen der Mitbewerber kennen und ausnutzen und den Kunden die eigenen Stärken deutlich machen, um sie so auf Dauer an das Geschäft zu binden. Dazu müssen auch die Wünsche der Verbraucher an das Fachgeschäft und die besonderen Kriterien des Verbraucherverhaltens bekannt sein. Darüber hinaus spielen richtige Umsatz-, Kalkulations- und Kostenentscheidungen eine wichtige Rolle.*

- Programm:**
- Grundprinzipien marketingorientierter Unternehmensführung
  - Stärken und Schwächen des Fachgeschäftes
  - \* Wie man sie erkennt und im Verhältnis zu den Mitbewerbern vorteilhaft nutzt.
  - Erfolgreiche Marketinginstrumente und ihr Einsatz im Einzelhandel
  - Der Kunde als besonderer Marketingfaktor
  - Strategien zur Profilierung des Fachgeschäftes
  - Aufbau einer Marketing-Konzeption
- Referent:** Hans-Jürgen WILCKE, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, BBE-Köln
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter, sowie andere leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben
- Teilnahmegebühr:** 2.000.- Franken
- Datum:** Montag, den 18. Februar 1991, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## Das beratende Verkaufsgespräch

### – Verkaufstraining für Mitarbeiter(-innen) im Einzelhandel, die zum Saisonstart fit sein sollen –

*Die Art und Weise der beratenden Verkaufsgesprächsführung unterliegt grundsätzlich eigenen Gesetzmäßigkeiten; denn beraten ist etwas anderes als bedienen.*

*Zielsetzung der Kundenberatung ist, das Risiko des Fehlkaufs für den Kunden zu mindern und ihm das zu verkaufen, was seinen wirklichen Wünschen gerecht wird. Damit gewinnt der Verkauf eine neue Dimension; Zufriedenheit des Kunden auf Dauer!*

*An den Verkaufsmitarbeiter stellt die neue Verkaufsmethode hohe Anforderungen: wirkliches Wohlwollen, tatsächliches Interesse, Einfühlungsvermögen, echte Zuwendung und fachliche Kompetenz.*

*Im zweitägigen Intensiv-Training werden die Teilnehmer befähigt, das Vertrauen ihrer Kunden zu gewinnen, ihre wirklichen Kaufwünsche zu erfahren und durch kundengerechte Argumente den Kaufabschluß herbeizuführen.*

*Teilnehmern aus früheren Verkaufs-Seminaren bietet dieses Intensiv-Training eine sehr gute Gelegenheit, ihre verkäuferische Persönlichkeit weiter zu entfalten!*

**Programm:**

- Durch wirkliches Wohlwollen die Beziehung zum Kunden aufbauen
- Durch aktives Zuhören und richtiges Fragen den Kunden und seinen Kaufwunsch verstehen und danach handeln
- Die kundengerechte Lösung, kundenorientiert verkaufen
- Verständnisvoll auf Kundeneinwände eingehen können
- Selbstbewußt den Kunden zum Kaufabschluß führen
- Durch kluges Verhalten auch mit kritischen Kunden klarkommen
- Die notwendigen Gesprächsmethoden werden erklärt und in Rollenspielen geübt

**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, Uhren und Schmuck, usw.)

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 4. und Dienstag, den 5. Februar 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Arbeitsrecht

*Der Gesetzgeber und vor allem die Rechtsprechung sorgen ständig für Neuerungen auf den für die Betriebe wichtigen Teilgebieten des Arbeitsrechts.*

*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 Arbeitsvertrag (Gesetz vom 24.05.1989)
- Das kollektive Arbeitsabkommen
- Die Arbeitsregelung: Arbeitsdauer, gesetzliche Feiertage, Sonntags- und Nachtarbeit, bezahlter Urlaub
- Die Arbeitsentschädigung
- Die Vertretung der Sozialpartner auf der Ebene der sozialberuflichen Kategorien; die Personalvertretung auf Betriebsebene
- Die Arbeitskonflikte: Schlichtung und Schiedsgericht, Arbeitsgerichtsbarkeit, Gewerbeinspektion
- Die Beschäftigung von Sonderkategorien von Lohnempfängern
- Die Organisation des Arbeitsmarktes

**Referent:** Paul MOUSEL, avocat-avoué

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

**Teilnahmegebühr:** 1.500.- Franken

**Datum:** 19., 21., 26., 28. Februar, 5. und 7. März 1991, jeweils von 19.00 bis 21.00 Uhr

## 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 Ideenspenden für das lebendige Sprechen
    - \* Änderungen des Konzeptes kurzfristig bewältigen
    - \* Die „Quintessenz“ als wirkungsvolle Argumentation (Fünfsatz-Technik)
  - Überzeugen Sie mit Ihren Argumenten
    - \* Wirksames Argumentieren und diplomatisches Überzeugen
    - \* Die zweckmäßige Auswahl der Argumente
    - \* Situationsgerechter Beginn und zielgerichteter Gedankengang
    - \* Schlußfolgern ohne Brüche und Schwachstellen
    - \* Im Gespräch den Überblick behalten
  - Besondere Merkverfahren
    - \* Die Kettentechnik, Vor- und Nachteile, Anwendungsmöglichkeiten
    - \* Das lebendige Alphabet: Die Assoziationen gelingen immer!
    - \* Tages- und Monatsbilder
    - \* Der Kalender im Kopf
    - \* Termine und Geheimzahlen (zum Beispiel PIN) ohne Papier merken

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

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

**Teilnahmegebühr:** 5.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 25., Dienstag, den 26. und Mittwoch, den 27. Februar 1991,  
jeweils von 9.00 bis 12.30 und von 14.30 bis 18.00 Uhr

**NEU!**

## Einkaufen wie ein Profi

### – Umdenken für den gewinnbringenden Umgang mit den richtigen Lieferanten –

*Eine der entscheidendsten Figuren im Wirtschaftsleben ist gleichzeitig das Stiefkind in vielen Unternehmen: Der Einkäufer!*

*Jeder, der das Einmaleins des Marketing studiert hat, konnte lernen, daß der wahre Gewinn mit den richtigen Lieferanten gemacht wird.*

*Und dennoch reden alle vom Verkauf, und natürlich auch vom Verkäufer. Da gibt es Verkaufsberater und Produktverkäufer, die produktgeschult und verkaufstrainiert sind – und trotzdem jedem gewinnbringenden Geschäft im Wege stehen.*

Das wirkliche As für Geschäftserfolge ist der Einkäufer. Er kauft Lieferanten ein, er kauft „Know-how“ ein, er kauft Gewinne, Leistungen, Renditen, Vorteile, Nutzen, Beziehungen ein, ja, er kauft Kunden ein.

Während sich Verkäufer mit der Ware identifizieren, beherrscht der Einkäufer den Erfolgswert zwischen Lieferanten und Kunden. Er ist, genau genommen, der Dreh- und Angelpunkt der Wirtschaft. Und so denkt und handelt er auch. Er hat das Gespür für Änderungen und verhandelt radikal sanft.

Und das ist seltsam: Sie sind ausgesprochen rar, diese Einkäufer. Doch sie werden gesucht – dringendst.

Dieses Seminar bietet Gelegenheit zur qualifizierten Weiterbildung. Jedes Unternehmen in Handel und Industrie sollte diese Chance für ausgewählte Mitarbeiter nutzen.


- Programm:**
- Ansichten und Einsichten zur Rolle des Einkäufers
    - \* Neue Beziehungen zwischen Einkäufern und Lieferanten
    - \* Frisches und neues Denken im TOP-Management
    - \* Wegräumen, was Geschäftserfolgen im Wege steht
  - Initiative und Kreativität mit Lieferanten
    - \* Wechselseitiges Lernen bei turbulenten Märkten
    - \* Probleme der Verschiedenartigkeit von Geschäften
    - \* Reklamationen als Chancen
  - Engpässe zur Geschäftspartnerschaft
    - \* Was hindert, Wettbewerbsvorsprung zu erzielen?
    - \* Wie sind Produktverkäufer in Ertragsberater umzupolen?
    - \* Wodurch sind „Sicherheitszonen“ aufzugeben?
  - Der Einkäufer und die Motivation
    - \* Die richtige Strategie zur Beeinflussung von Verkäufern
    - \* Der positive Einsatz der Psychologie
    - \* Vorurteile und Voreingenommenheit „aus Erfahrung“
  - Der Einkäufer und die Dialektik
    - \* Führen durch das positive Wort
    - \* Rhetorik im Umgang mit geschulten Verkäufern
    - \* Kommunikatorische Schwächen erkennen und beheben
  - Professionelles Führen in Verhandlungen
    - \* Strategische Vorbereitung
    - \* Taktieren am Verhandlungstisch
    - \* Mit Zielvereinbarungen zum Verhandlungsgewinn
  - Synergie-Effekte erkennen und nutzen
    - \* die Kooperationsstrategie der Zukunft mit Perspektiven
    - \* Mit Lieferanten und mit Kunden zum Geschäftserfolg
    - \* Der Einkäufer als Katalysator des Marketing

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

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Einkaufsleiter, Einkäufer sowie andere interessierte Mitarbeiter mit Lieferantenbeziehungen, von Industrie- und Handelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 4. und Dienstag, den 5. März 1991, jeweils 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>

## Wissenswertes über Brandschutz in Hotel- und Beherbergungsbetrieben

Wie wichtig die Gewährleistung eines erfolgswirksamen Brandschutzes in Häusern und Gebäulichkeiten, die gewerblich genutzt werden, ist, kann in der heutigen hochtechnisierten Welt, wo in allen Bereichen immer mehr Kunststoffe eingesetzt und verarbeitet werden, nicht oft genug hervorgehoben werden. Auch sind sich die meisten Unternehmer der bestehenden Risiken voll bewußt, doch sind sie oft nicht in der Lage, mangels Zeit und nötiger Sachkenntnisse, die notwendigen Brandschutzmaßnahmen für ihren Betrieb aufzustellen und optimal auszunutzen.

Daß der Gesetzgeber eine Reihe diesbezüglicher Vorschriften erlassen hat und die Verpflichtungen und Verantwortlichkeiten, sowohl des Arbeitgebers als auch des Arbeitnehmers, sowie ggfs. die Aufgaben des Brandschutzbeauftragten genauestens festgelegt sind, wissen wohl die wenigsten.

Doch spätestens nach Inkrafttreten des Gesetzes vom 9. Mai 1990 über das „Commodo-Incommodo-“ Verfahren, müssen insbesondere die Inhaber und Betreiber von Hotel- und Beherbergungsbetrieben in dieser Hinsicht optimal informiert sein, da die neue Gesetzgebung ihnen, in Sachen Brandschutz, eine Reihe von Auflagen macht, die die Sicherheit des Unternehmers, seiner Familie, seines Personals und insbesondere seiner Gäste gewährleisten sollen.

### Programm:

#### Teil 1

- Die luxemburger Gesetzgebung bezüglich des Brandschutzes im Hotel- und Beherbergungsbetrieb
- Verpflichtungen und Verantwortlichkeiten des Arbeitgebers und des Arbeitnehmers
- Aufgaben des Brandschutzbeauftragten
- Organisation des Brandschutzes: Brandschutzordnung, Alarmplan, Verhaltensmaßnahmen für das Personal und die Gäste, Brandschutzkontrollen, periodische Brandschutz- und Evakuierungsübungen

#### Teil 2

- Brandgefahren (Ursachen) im Betrieb
- Vorbeugende Brandschutzmaßnahmen im Gebäude hinsichtlich der Brandbekämpfung und der Menschenrettung
- Ausbildung und praktische Unterweisung der Belegschaft

### Referent:

Aloyse LICKES, Offizier-Kommandant, Dienstchef i.R. der Berufsfeuerwehr der Stadt Luxemburg

### Teilnehmerkreis:

Inhaber, Geschäftsführer, Sicherheitsbeauftragte sowie alle interessierte Mitarbeiter von Hotel- und Beherbergungsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 750.- Franken

### Datum:

4. und 11. März 1991 (in luxemburgischer Sprache)  
5. und 12. März 1991 (in französischer Sprache), jeweils morgens von 9.00 bis 12.00 Uhr

### Ort:

Service Incendie et Ambulance (Pompiers), 50, route d'Arlon, Luxembourg

## Was müssen Führungskräfte von der Kostenrechnung wissen?

### – Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung –

Die Kostenrechnung diente bisher vorwiegend der Angebotskalkulation und der Abrechnung vergangener kurzfristiger Perioden. Heute wird sie bevorzugt als Steuerungsinstrument zur Vorbereitung von Entscheidungen benötigt. In Handels- und Dienstleistungsbetrieben ist die Preisbeurteilung an die Stelle der preissetzenden Kalkulation getreten.

Um diese Aufgaben erfüllen zu können, müssen einige wichtige Voraussetzungen erfüllt sein. Der Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung orientiert sich an den Zielsetzungen, die man mit ihrer Hilfe zu erreichen sucht.

Das Seminar dient der Erörterung dieser grundlegenden Zusammenhänge moderner Kosten- und Leistungsrechnung. Informieren Sie sich, um dieses Instrument auch in Ihrem Unternehmen erfolgreich einsetzen zu können!

### Programm:

- Welche Ziele hat die Kosten- und Leistungsrechnung zu erfüllen?
- Kontrolle der Kosten als zukunftsweisende Aufgabe
- Die Kalkulation als Grundlage preispolitischer Entscheidungen
- Wie muß der innerbetriebliche Kontenplan gestaltet sein und welche organisatorischen Voraussetzungen müssen erfüllt sein?
- Grundsätze für die Gliederung der Kostenarten
- Die Bildung von Kostenstellen in Handels- und Dienstleistungsbetrieben
- Das pädagogische Element bei Kostenvorgabe und Kostenkontrolle
- Die Verwirklichung des Kostenverursachungsprinzips
- Möglichkeiten der Leistungserfassung
- Was sind fixe, was sind variable Kosten?
- Das Gewinnschwellendiagramm (Break-even-Analyse)
- Wo liegt die Preisuntergrenze?



**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:** 2.000.- Franken  
**Datum:** Montag, den 11. März 1991, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## 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, Verkaufsleiter, Verkäufer, sowie andere für Werbung verantwortliche Mitarbeiter von Groß- und Einzelhandelsbetrieben  
**Teilnahmegebühr:** 2.000.- Franken  
**Datum:** Montag, den 18. März 1991, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## OSIO BUREAUX

Domiciliations - Location de bureaux - Secrétariat - Constitution de sociétés

Siège et bureaux: 54, avenue de la Liberté - B.P. 2611, L-1026 Luxembourg

Tél. 40 46 35 - 40 46 36

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

## Wie Sie an Ihre Kunden besser verkaufen und Neukunden gewinnen können

### – Verkaufstraining für den Großhandel – Grundseminar

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

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

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

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

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

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

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

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Dienstag, den 19. und Mittwoch, den 20. März 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

**NEU!**

## So qualifizieren Sie Ihr Unternehmen für die Wettbewerbsfähigkeit der 90er Jahre

### – Strategisches Geschäftsmanagement einführen und im Geschäftsalltag nutzen –

Die Notwendigkeit strategischer Planung ist heute unstrittig. Die Krisenkomplexität der 70er Jahre, die Veränderung der Märkte und der fortschreitende Wertewandel bei Mitarbeitern und Führungskräften haben zu einem grundlegenden Umdenken geführt – überall in der Wirtschaft.

Gleichwohl bereitet die praxisingerechte Umsetzung strategischer Methoden immer noch Schwierigkeiten.

Inbesondere mittelständische Firmen sehen sich hier oftmals vor scheinbar unüberwindbaren Nachteilen im Vergleich zu Großunternehmen.

Es ist hingegen nicht ausreichend bekannt, daß sich mit den Methoden der strategischen Planung Wege eröffnen, die es gerade auch dem mittelständischen Betrieb ermöglichen, seine strukturellen Stärken wie Flexibilität, kurze Entscheidungswege u.a. im Markt und Wettbewerb voll zur Geltung zu bringen.

Hier gibt dieses Seminar aktive Hilfestellung. Es zeigt auf, wie aus einer gegebenen Situation und Position im Markt, der Weg in eine offensiv gestaltete Zukunft gefunden werden kann, durch:

\* Sicherung heutiger Ertragsquellen

\* Entwicklung zukünftiger Ertragspotentiale.

**Programm:**

- Richtige „Orientierung“ im Wettbewerb – was macht sie im Alltag so schwer?
- Grundlegende Erkenntnisse und Konsequenzen für die Durchsetzung und den Erfolg im Wettbewerb der 90er Jahre
- Die Schlüsselrolle der strategischen Erfolgsfaktoren – Grundlage für eine zielgerichtete Individualisierung der Unternehmensleistungen
- Der besondere Zusammenhang von Ursache und Wirkung des Unternehmenswachstums
- Die „Kunst der Strategie ...“
- Werkzeugkasten I:  
Grundbausteine der strategischen Denkweise
- Werkzeugkasten II:  
Das Konzept der strategischen Geschäftsfelder als Praxis-Ansatz zur Individualisierung von Produkt-Markt-Leistungen
- Werkzeugkasten III:  
Vom geschäftsstrategischen Basis-Konzept zur „Persönlichkeit des Unternehmens“
- Werkzeugkasten IV:  
Führungspraktiken zur Umsetzung strategischer Methoden im Unternehmensalltag
- Beispiel eines Fahrplans zur planmäßigen Individualisierung von Produkt-Markt-Leistungen im konkreten Fall

**Referent:**

Hubertus WOLF, Dipl. Kfm., Unternehmensberater, Spraitbach

**Teilnehmerkreis:**

Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von kleinen und mittleren Groß- und Einzelhandelsunternehmen

**Teilnahmegebühr:**

3.500.- Franken

**Datum:**

Montag, den 25. und Dienstag, den 26. März 1991, 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.



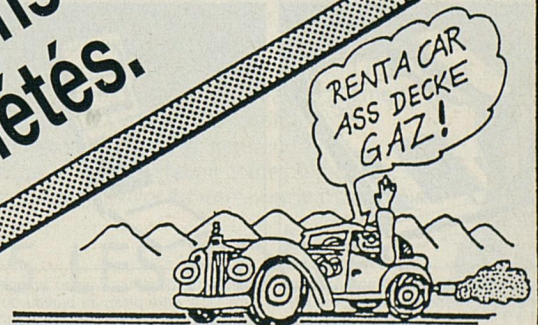
191, ROUTE DE LONGWY  
L-1941 LUXEMBOURG



Tél: 440861

LA LOCATION PLEIN GAZ !

Carte privilège:  
conditions spéciales P.M.E.  
et sociétés.



## Rationelles, zeitsparendes Lesen

Die Bewältigung des alltäglichen Lesestoffes bringt für viele Unternehmen und die Mitarbeiter immer größere Probleme. Informationsmaterial und Fachliteratur werden zum Alptraum und sind mit der herkömmlichen Art des Lesens kaum mehr zu bewältigen.

Erfahrungen haben gezeigt, daß jeder Erwachsene nach entsprechenden Bemühungen seine Leseleistung ohne weiteres verdoppeln oder gar verdreifachen kann, ohne daß dabei das Verständnis für das Gelesene verloren geht.

Im Gegenteil, rationelles Lesen fördert die Konzentration und die Gedächtnisleistung.

### Programm:

Die Teilnehmer sollen ...

- die Grundlagen der neuen Lesemethode kennenlernen
- verschiedene Lesetechniken erlernen und anwenden können
- lernen, wie man den Inhalt eines Lesestückes besser erfassen kann
- von schriftlichen Informationen mehr behalten können
- durch gründlicheres Denken und bessere Konzentration früher die Zusammenhänge erkennen
- ihre bisherige Lesegeschwindigkeit verdoppeln oder gar verdreifachen
- rationelles Lesen in der Praxis anwenden
- dadurch bessere Leistung und Zeitersparungen erzielen

### Referent:

Bernhard FISCHER, Institut für berufliche Weiterbildung, Waldenbuch bei Stuttgart

### Teilnehmerkreis:

Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte und qualifizierte Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen – insbesondere diejenigen, die täglich schriftliche Informationen (Info-Dienste, Fachzeitschriften, Hauspost, Briefe usw.) verarbeiten müssen

### Teilnahmegebühr:

3.500.- Franken

### Datum:

Dienstag, den 16. und Mittwoch, den 17. April 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr



## AUTOTELEPHONES

# COMMUNIQUEZ AUJOURD'HUI SANS ETRE DEPASSE DEMAIN.



Une gamme complète et modulaire de centraux et de postes téléphoniques, de 2 à 3 jusqu'à 500 postes. Le RNIS et la transmission simultanée de la voix et des données sont à votre portée.



Avec le Cordless, vous restez branché, sans fil, à votre privé, au bureau ou à votre autotéléphone. Léger (380 grammes) et compact, il vous suit partout.



Un vaste choix de sémaphones bénéficiant de tous les derniers perfectionnements tels que visualisation de 32 caractères alphanumériques, mémoire de 40 messages, etc.

Les autotéléphones "haut de gamme" sont équipés de série d'un circuit mains libres et d'un répondeur - décodeur. En option, ils offrent une fonction anti-vol voiture et un portable de 380 g., fonctionnant jusqu'à 400 m. de votre véhicule, etc.

Outre les autotéléphones, les centraux téléphoniques, les téléphones sans fil et les sémaphones, Ascom Autophon répond également à vos besoins en radiocommunications professionnelles, en recherche-personnes, en systèmes de transport pneumatique, etc. Une large gamme de produits dans le domaine des télécommunications, pour communiquer aujourd'hui, sans être dépassé demain.

Your Ascom Autophon authorized dealer



**TELCOM  
LUXEMBOURG  
S.A.**  
Société  
de télécommunication  
et de téléinformatique

1, place d'Europe  
L-4112 ESCH/ALZETTE  
Tél.: 57 07 05 / Fax: 55 80 14

Autophonez

**Ascom Autophon**  
NOTRE METIER, LA TELECOMMUNICATION.



# LE NOUVEAU PEUGEOT J5. VOUS POUVEZ TOUT LUI DEMANDER.

Véhicule utilitaire par excellence, le nouveau Peugeot J5 va marquer les années 90. Non seulement par ses nombreuses versions (essence, diesel, diesel-turbo, 4X4) mais surtout parce que ses 28 modèles de base répondent à tous les besoins : dépanneuse, minibus, magasin motorisé, camionnette, ambulance, fourgon... Et voilà le travail, autant de J5 que de professions ! Quant aux loisirs, les multiples versions mobile homes du J5 vous feront joindre l'utile à l'agréable.

Un nouveau design et une foule de changements vous feront apprécier le J5 chaque jour davantage. La nouvelle suspension du moteur permet d'optimiser l'isolation acoustique. La nouvelle cabine

vous impressionnera par son espace, son confort et son silence. La nouvelle calandre quant à elle, vient parfaire une carrosserie entièrement renouvelée. Mais ce n'est pas tout, la porte latérale, élargie de 10 cm, permet le passage aisé des palettes et vous facilite la vie. De plus, les panneaux de carrosserie du nouveau J5 sont maintenant galvanisés à 70% sur un ou deux côtés. Le nouveau J5 augmente donc sa longévité et c'est vous qui en profitez.

Le nouveau J5 vous étonnera en toutes circonstances. Pratique et fidèle, il réunit toutes les qualités que vous êtes en droit d'exiger de votre principal partenaire.

## LES NOUVEAUX PEUGEOT J5. LES FIDÈLES.



PEUGEOT. UN CONSTRUCTEUR SORT SES GRIFFES.

## 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 kleinen und mittleren Betrieben aus allen Unternehmensbereichen
- Teilnahmegebühr:** 1.250.- Franken
- Datum:** voraussichtlich am 16., 18., 23. und 25. April 1991, jeweils von 19.00 bis 21.00 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, das als Aufbaustufe zu der Veranstaltung „Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung“ mit Dr. Dorn konzipiert wurde, 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:** 3.000.- Franken
- Datum:** Donnerstag, den 18. April 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und  
Freitag, den 19. April 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr

## Leistungssteigerung und Gewinnmaximierung im Verkauf

### – Verkaufstraining für den Großhandel – Aufbauseminar

*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*
- *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).*

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

- 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

- Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations-Trainer und -Berater, Hamburg
- Teilnehmerkreis:** Inhaber, Verkäufer, Kundenberater sowie Nachwuchskräfte von Großhandelsbetrieben, welche das Grundseminar „Wie Sie an ihre Kunden besser verkaufen und Neukunden gewinnen können“ besucht haben, oder über entsprechende Berufserfahrung verfügen
- Teilnahmegebühr:** 4.000.- Franken
- Datum:** Montag, den 22., Dienstag, den 23. und Mittwoch, den 24. April 1991,  
jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

# Allons, allons, pas de triomphalisme.



Allons, messieurs, que se passe-t-il? Pourquoi tant d'enthousiasme? Un problème de calcul fractal résolu en un temps record, dites-vous. De la routine en somme.

Le système qu'utilisent ces messieurs est un IBM RISC System/6000. Une nouvelle famille qui comprend 7 modèles d'ordinateurs conçus pour donner leur plein essor à vos applications scientifiques, de C.A.O. ou de gestion, même très complexes. Avec AIX, la version IBM de UNIX, l'IBM RISC System/6000 vous donne accès à une bibliothèque de softwares extrêmement étendue. De plus, vous pouvez, suivant le modèle choisi, y connecter jusqu'à 256 stations de travail. Vous l'aurez compris, les possibilités sont quasi illimitées.

Comme toujours, derrière la machine, il y a un homme. C'est l'IBM Value Added Remarketer IBM RISC System/6000. Un nom bien compliqué pour quelqu'un qui tout simplement vous conseille. Vous aide à trouver l'application qu'il vous faut. Mais aussi, assure la formation de vos collaborateurs.

Voulez-vous partager l'enthousiasme de ces messieurs? Appelez IBM Luxembourg au 36.03.85-1. Ou renvoyez le bon ci-dessous à IBM Luxembourg, 1 Ceinture Um Schlass, 5880 Hesperange. Ainsi, vous recevrez la nouvelle brochure IBM "Partenaire de votre réussite."

UNIX est une marque déposée de Unix System Laboratories Inc.

Oui, je veux en savoir plus. Envoyez-moi gratuitement la brochure "Partenaire de votre réussite."

Nom: .....

Prénom: .....

Fonction: .....

Société: .....

Adresse: .....

Localité: ..... Code postal: .....

Téléphone: .....

Vous avez tout pour réussir.

MIRROIR/GGK



## Zusammenarbeit zwischen Führungskräften bereichs- und fachübergreifend verbessern

### – Kooperations- und Kommunikationskultur als Erfolgsfaktor –

Sowohl im Verwaltungs- und Bürobereich der Unternehmen als auch in der Produktion ist ein Trend zur Dezentralisierung und Individualisierung festzustellen.

Wenn als Folge moderner Kommunikationstechnologien neue Kommunikationswege aufgebaut werden, so kommt es nicht allein auf das technisch Machbare, sondern ebenso auf den menschlichen Kooperationswillen und die Kommunikationsfähigkeit der entscheidenden Kräfte im Betrieb an.

#### **Kooperationshygiene ist ein Teil der Unternehmenskultur.**

In Zukunft werden diejenigen Unternehmen einen Vorsprung am Markt haben, die diese Kommunikationskultur gepflegt haben.

Die Vernetzung ist nicht allein über den Computer kompatibel zu gestalten, sie ist ebenso ganzheitlich zu sehen. Letztlich entscheidet der Stil der Zusammenarbeit über die Chancen eines Unternehmens.

In diesem Seminar wird dargestellt, wie angesichts der raschen Entwicklung neuer Informationssysteme die persönliche Kommunikation und die Bereitschaft dazu verstärkt werden kann. Persönliche Verhandlungskompetenz muß in der Lage sein, Betriebsklima zu schaffen, das weiterhin eine wichtige Voraussetzung für Leistung und Erfolg ist.

Ziel dieses Seminars ist es, auf die große Bedeutung einer funktionierenden Zusammenarbeit im horizontalen Bereich durch praktische Übungen hinzuweisen. Vertikale Kooperation, d.h. Mitarbeiterführung kann nur dann erfolgreich sein, wenn Vorgesetzte relativ konfliktfrei kooperieren. Auf diese Vernetzung werden die Teilnehmer insbesondere aufmerksam gemacht. Auch soll in dieser Veranstaltung vermittelt werden, wie eigene Verhaltensweisen verbessert werden können und Reibungsverluste im „Miteinander-Umgehen“ vermieden werden können.

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

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

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

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 25. April 1991, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und  
Freitag, den 26. April 1991, von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr

## Förderungstraining für den Führungsnachwuchs

### – Workshop der Unternehmerjunioren und Führungsnachwuchskräfte –

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 -junoren 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 Junoren 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 mehrere Jahre zusammen bleiben. Sicherlich sind dann aus den Gruppenmitgliedern Freunde geworden.

Die nächsten Treffen finden zu den untenstehenden Terminen statt.

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

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

**Teilnahmegebühr:** 5.000.-Franken

**Datum:** \* Frühjahrstreffen:  
Mittwoch, den 1., Donnerstag, den 2. und Freitag den 3. Mai 1991  
\* Herbsttreffen:  
Mittwoch, den 16., Donnerstag, den 17. und Freitag den 18. Oktober 1991

**NEU!**

## Effizientere Kreditbeschaffung

### – Tips und Anregungen zur fachgerechten Vorbereitung und Zusammenstellung der Unterlagen bei Kreditanträgen –

*Kredite und Darlehen sind aus alter Vergangenheit bekannte Vorgänge, um geschäftliche oder private Investitionen oder Transaktionen durchführen zu können.*

*Ohne Kredit ist ein Wirtschaften im Sinne unserer modernen Gesellschaftsordnung überhaupt nicht denkbar. Unternehmen mit nicht 100 % ausreichender Eigenkapitaldecke sind auf Kredite angewiesen, um Investitionen, die der Produktivitätsverbesserung und damit Gewinnmaximierung dienen, tätigen zu können.*

*Neben Unternehmen ist aber auch der private Sektor unserer Volkswirtschaft auf Annahme von Krediten zur Investition im privaten Bereich (Hausfinanzierung u.a.) angewiesen.*

*Ein sehr großer Teil unseres Bruttosozialproduktes und damit unser Wachstum und unsere Wirtschaftskraft verdanken wir in erheblichem Maße der Tatsache vorhandener Kreditleistungen der Geldinstitute.*

*Um erfolgreich in Kreditverhandlungen eintreten zu können, soll dieses Seminar einen Beitrag leisten.*

**Programm:**

- Die wirtschaftlichen Verhältnisse
- Die beruflichen oder unternehmenspolitischen Aussichten
- Die soziale Struktur des persönlichen und mittelbaren Bereiches
- Die regionale Komponente aus Unternehmenssicht (Logistik, Infrastruktur, Wirtschaftskraft)
- Der finanzwirtschaftliche Rahmen
- Wird ein externer erfahrener Berater benötigt?
- Die finanzwirtschaftliche Planung unter besonderer Berücksichtigung der banktechnischen Kreditabsicherung
- Die Zielplanung
- Das Ziel (Solldefinition)
- Die Zwischenziele (die finanz- und allgemeinwirtschaftlichen Symbiosen)
- Die Erreichungsgrade
- Die Ist - Analyse
- Manöverkritik (Soll - Ist Abgleich)
- Die Auswahl des geeigneten Institutes
- Die Psychologie der Gesprächsterminierung
- Wie erkläre ich mein Vorhaben dem Banker?

**Referent:** H.-J. KRISAM, Dipl.-Betriebswirt, Unternehmensberater, Trier

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

**Teilnahmegebühr:** 2.000.- Franken

**Datum:** Dienstag, den 14. Mai, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Komplexe Unternehmensführung - kooperative Mitarbeiterführung

– Wenn Leistung und Arbeitsfreude miteinander verbunden sein sollen –

*Chefs haben es heute nicht gerade leicht. Den sensiblen unter ihnen wird zunächst deutlich, daß sich um sie herum alles verändert, mal schneller, mal langsamer. Die Ansprüche der Gesellschaft werden nach und nach umfassender. Auch die Einflüsse von Politik und Rechtssprechung steigen erheblich. Schließlich wandeln sich auch die Bedingungen auf den Beschaffungs- und Absatzmärkten fast täglich.*

*Hinzu kommt, daß sich auch die Vorstellungen aktiver Führungskräfte und Mitarbeiter in Richtung auf mehr Kooperation und gemeinsamer Problemlösung ausweiten. Diese zunehmenden Wünsche werden oft noch dadurch verstärkt, daß viele Chefs selbst das Gefühl haben, daß auch ihre sozialen Beziehungen in der Familie und im gesellschaftlichen Umfeld nicht mehr ganz so leicht zu steuern und zu regeln sind.*

*Die einzige Chance, diesen vielfältigen Anforderungen aktiv zu begegnen, liegt in einer veränderten und erweiterten Sicht der Wirklichkeit, die uns umgibt. Es gilt, seine Vorstellungen von dieser Welt, von der eigenen Unternehmung und sein Verständnis vom betrieblichen Miteinander kritisch zu überprüfen und neu zu bedenken. Wandelt sich diese Welt, so müssen wir uns auch in ihr wandeln. Dies ist eine gewichtige Chance, die sich ein dynamischer Unternehmer nicht entgehen lassen kann.*

*Ziel dieses Workshops ist es deshalb, gemeinsamen Erfahrungen zu folgen und Wege zu einer komplexeren Sicht der gemeinsamen Arbeit in einer aktiven Unternehmung zu erkunden. Komplexität und Vernetzung sind dabei die entscheidenden Stichworte, die es zu klären gilt.*

**Programm:**

- Klassische Vorstellungen von der Führung eines Unternehmens und seiner Mitarbeiter
- Erfahrung mit aktuellen Veränderungen des Unternehmensverständnisses
- Das Unternehmen als vielschichtiger Organismus
- Ziel und Sinnfragen unternehmerischer Tätigkeit
- Anforderungen an den modernen Chef von heute und morgen
- Spielregeln für diesen kooperativen Chef
- Ziele der Mitarbeiterführung und Mitarbeitermotivation
- Verhaltensregeln kooperativer Mitarbeiter
- Perspektiven eines verantwortungsbewußten Unternehmens nach innen und außen

**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:** 3.500.- Franken

**Datum:** Mittwoch, den 5. und Donnerstag, den 6. Juni 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

### Sie investieren in Ihrem Unternehmen

- Wir helfen Ihnen bei der Aufstellung Ihres Finanzierungsplanes.
- Wir beraten Sie über die staatlichen Investitionshilfen.
- Unter gewissen Voraussetzungen übernehmen wir eine Bürgschaft und erleichtern somit die Aufnahme eines Darlehens bei einem Finanzinstitut.

**Mutualité de Cautionnement et d'Aide aux Commerçants s.c.**

L-2981 LUXEMBOURG – Téléphone: 43 58 53 – Téléfax: 43 83 26

# 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

## Kann der Luxemburger Großhandel nach 1992 überleben?

Der Wettlauf um die günstigsten Ausgangspositionen im zukünftigen EG-Binnenmarkt ist bereits in vollem Gange. Wie können hierbei aus der Sicht des Luxemburger Großhandels Vorteile genutzt werden und wie sollte eventuellen Nachteilen rechtzeitig begegnet werden? Im Laufe dieses Tagesseminars erfahren die Teilnehmer relevante Informationen und werden für die Belange ihres Großhandelsunternehmens in der neuen Marktsituation sensibilisiert sowie motiviert, um so entsprechend auf Chancen und evtl. Risiken des künftigen Binnenmarktes vorbereitet zu sein.

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

- Programm:**
- Kurzer Überblick über die Ziele und den derzeitigen Stand des „Binnenmarktes“
  - Generelle Überlegungen zur Ausgangssituation des Luxemburger Großhandels
  - Vorteile des Binnenmarktes aus Sicht des Luxemburger Großhandels
  - Evt. negative Auswirkungen des Binnenmarktes aus Sicht des Luxemburger Großhandels
  - Erwartungshaltungen des Kunden an Produzenten, Großhandel und Einzelhandel nach 1992
  - Ist-Analyse von Branche und einzelnen Großhandelsunternehmen unter Einbeziehung der derzeitigen und zukünftigen Wettbewerbsverhältnisse
  - Unternehmensspezifische EG-Ziele
  - Überlegungen zur Erstellung erfolgversprechender Konzepte für die Zeit nach 1992
  - Erarbeitung von „EG-Programmen“ für Luxemburger Großhandelsunternehmen
  - Aktuelle Sonderthemen (z.B. Produkthaftung, Verpackung, Umwelt)
  - Erarbeitung unternehmensspezifischer Chancen und evtl. Risiken für Luxemburger Großhandelsunternehmen nach 1992

**Referenten:** Prof. Dr. Erwin BLUM, Dipl.-Volkswirt und Dipl. Ing. Nello GASPARDO, Marketing Consultant, freie Mitarbeiter von KENNTAKT, Karriere-, Personal- und Managementberatung GmbH, Bonn

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von Großhandelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 2.500.- Franken

**Datum:** Montag, den 10. Juni 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

## So kalkulieren Sie richtig!

### – Moderne Kalkulationsverfahren für Handels- und Dienstleistungsbetriebe –

Kalkulieren ist notwendig, um für ein Produkt einen kostendeckenden Preis am Markt setzen zu können. Noch weit wichtiger ist es aber, von der Kalkulation zu erfahren, in welchem Maße ein Produkt bzw. eine Dienstleistung bei einem durch den Markt gesetzten Preis zum Erfolg des Unternehmens beiträgt!

Hier setzen die modernen, auf dem Teilkostendenken beruhenden Kalkulationsverfahren an. Sie wollen Steuerungsinstrumente und damit Grundlagen für die Entscheidungsfindung sein. Dazu müssen einige Voraussetzungen geschaffen werden, um diese Aufgabe erfüllen zu können.

Ziel dieses Seminars ist es, den Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, um auch ihre Kalkulation effizienter zu gestalten.

- Programm:**
- Zielsetzungen der Kalkulation
  - Die Verwirklichung des Kostenverursachungsprinzips
  - Wie muß das Kalkulationsschema gestaltet sein?
  - Die Problematik der Gemeinkostenverrechnung
  - Wesen und Inhalt moderner Teilkostenkalkulationen
  - Wie funktioniert die Deckungsbeitragsrechnung?
  - Ermittlung des „break-even-point“
  - Die gestufte Fixkostendeckungsbeitragsrechnung
  - Erfassung und Beeinflussung der fixen Kosten

**Referent:** Dr. Gerhard DORN, Dipl.-Kfm., Unternehmensberater, Wiesbaden

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

**Teilnahmegebühr:** 2.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 14. Oktober 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

# Das erfolgreiche EDV-gestützte Finanz- und Investitions-Management

## – Investitionen und Finanzierungen erfolgreich planen, berechnen und durchführen –

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

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

*Im Seminar werden bei allen Berechnungen Finanzprogramme per PC eingesetzt, um einen praktischen Bezug zu den einzelnen Finanzierungsabläufen zu erhalten.*

- Programm:**
- Investitionen planen, analysieren und berechnen
    - \* Entwicklung der Zielvorstellungen
    - \* technische und wirtschaftliche Istaufnahme und Istanalyse
    - \* Investitionsplanung
    - \* EDV-gestützte Investitionsrechnung am PC
    - \* Erläuterung der Prämissen der Investitionsrechnung
    - \* Darstellung nicht quantifizierbarer Kriterien
    - \* Abstimmung der Investitionsplanung mit der gesamten Unternehmensplanung
    - \* Verantwortlichkeiten bei der Investitionsentscheidung
    - \* Investitionsprojektmanagement
    - \* Investitionskontrolle
  - Langfristige Finanzierungen planen, analysieren und berechnen
    - \* Analyse der einzelnen Kreditarten per PC  
Annuitäten-, Tilgungsdarlehen, Ratenkredit, Leasing, Bankvorausdarlehen mit Tilgungsaussetzung  
Eurokredite
    - \* Preisbestimmende Einflußfaktoren der einzelnen Kreditarten
    - \* sonstige Kosten und Gebühren
    - \* Finanzierungen mit Kapitallebensversicherungen
    - \* Berücksichtigung der Steueraspekte
    - \* Die cash-flow-Finanzierung
    - \* neue Anteilseigner
  - Kurzfristige Fremdfinanzierungen planen, berechnen und einkaufen
    - \* Skontosätze kalkulieren im Einkauf und im Verkauf
    - \* Lieferantenkredit
    - \* Kontokorrentkredit  
Kreditlinie, Abrechnungsmodalitäten, Sollzinsen, Kreditprovision, Überziehungszinsen
    - \* Wechsel  
Der kostengünstige und kostengünstige Einkauf von Wechseln
    - \* Geldmarktgeschäfte  
Monats-, Dreimonats- und Halbjahresgeld
  - Die Finanz-, Investitionsplanung in Abstimmung mit der Unternehmensplanung
    - \* Voraussetzungen im Rechnungswesen  
Auftragserfassung, BDE, Stückliste, Warenwirtschaftssystem, Arbeitszeit- bzw. Projekterfassung  
im Dienstleistungssektor, der EDV-gestützte BAB
    - \* Budgetierung
    - \* \* „cash-management“  
Kreditoren, Debitoren, Aufträge, Bestellungen, laufende Belastungen und Erträge
    - \* Positionen der kurz- und mittelfristigen Finanz- und Liquiditätsplanung
    - \* Abstimmung von Finanz-, Investitionsplanung mit der Unternehmensplanung

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

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

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 17. Oktober 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und  
Freitag, den 18. Oktober 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr



# 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**

## Erfolgreich Neukunden gewinnen durch Direktmarketing

### – Intensiv-Workshop für Marketing und Vertrieb –

Es wird Praxiswissen zum Direktmarketing vermittelt.

Nach diesen 2 Tagen beherrschen die Teilnehmer die Grundregeln und kennen die Verstärker für bessere Erfolgsquoten ihrer Mailings. Sie können einfache Aktionen selbst entwickeln und bei komplexen Aufgaben ihre Agentur besser „briefen“.

Die Teilnehmer entwickeln für ihren Verantwortungsbereich einen praxisorientierten Plan zur effizienteren Neukunden-Gewinnung und Betreuung.

Am Beispiel werden erfolgreiche Methoden vorgestellt und im Gruppen-Dialog für die Erreichung der eigenen Ziele adaptiert.

Folienvortrag, Datenbank-Beispiel, Gruppendiskussionen und die Übertragung auf die eigene Situation sind so aufeinander abgestimmt, daß die sofortige Umsetzung in die Praxis im Vordergrund steht.

**Programm:** Anhand von acht Anwendungsbereichen werden die Einsatzmöglichkeiten einer Marketing- und Vertriebs-Datenbank für Direktwerbung, Telefon-Marketing und follow-up vorgestellt.

Dieses sind:

- Potentialermittlung und -qualifizierung
- Anfragen-Generierung für Verkäufer (Leads)
- Einladungsaktionen für Messen und Veranstaltungen
- Pressearbeit
- Response-Anzeigen
- Hauszeitung und Informationsdienst
- Katalog-Verkauf
- Kundenbindungs-Aktionen

Besonders intensiv werden folgende Fragen behandelt:

- Wie gewinne ich eine höhere Attraktivität als mein Wettbewerb?
- Wie kann ich ohne Außendienst „Rabatt“-Anfragen von „gesunden“ Nutzwert-Käufern trennen?
- Wie beurteilt meine Zielgruppe Direktmarketing?
- Wie erreiche ich einen gleichmäßigeren Auftragseingang?

**Referent:** Klaus RESKE, Unternehmensberater, Hameln

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter und Führungskräfte aus den Bereichen Vertrieb, Marketing und Werbung von Groß- und Einzelhandelsbetrieben sowie aus dem Hotelgewerbe. Alte Hasen ebenso wie Neulinge, die gerade jetzt den erfolgreichen Einstieg ins Direktmarketing suchen (Der Teilnehmerkreis ist auf max. 15 Personen beschränkt)

**Teilnahmegebühr:** 3.500.- Franken

**Datum:** Montag, den 21. und Dienstag, den 22. Oktober 1991, 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:** 2.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 4. November 1991 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.30 Uhr

**Ich kann als Chef alles, ich weiß als Chef alles – wer hilft mir weiter?****– Seminar für Chefs, die um ihre Neugier wissen, diese aber nicht unbedingt bemühen wollen –**

*Dieser Workshop richtet sich an alle Chefs von Heute und Morgen, für die Lernen kein Thema mehr ist, die ihre Weiterbildung schon hinter sich haben und für die die Entwicklung schon abgeschlossen ist.*

*Er richtet sich an alle, für die die Unternehmenspraxis die eine und ihr privater Bereich die andere einzige reale Wirklichkeit ist.*

*Dieses Seminar möchte sich an alle diejenigen richten, die sich keinen spontanen Anstoß, kein intuitives Einfühlen und keine kritische Reflexion mehr erlauben wollen. Es sei denn, daß sie es sich dieses eine einzige Mal anders überlegen.*

**Aus dem „Nicht-Workshop-Programm“:**

- Was nützt es - welchen Wert hat es?  
Wider das Prinzip der Gegensätzlichkeit.
- Ob wir es glauben oder nicht, unsere Welt befindet sich in einem unglaublichen Wandel und wir sind nicht hingegangen
- Gesellschaft und Wirtschaft, die so bleiben wie sie sind, haben in der Evolution keine Chance
- Unternehmerische Bewußtseinsweiterung – eine neue Erfolgsdroge?
- Unsere eigene Persönlichkeit steht zur Disposition, sie ist Bremse und Motor gleichzeitig
- Bewußtseinswandel – jenseits von 2000

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

**Teilnahmegebühr:** 3.500.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 7. und Freitag, den 8. November 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

**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:** 3.000.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 24. und Freitag, den 25. Oktober 1991, 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 erkennen und gehen können.*

**Programm:**

- Die verkäuferischen Anforderungen bei unterschiedlichen Anbietungsformen: vom Aushändigungsverkauf bis zum Beratungsverkauf
- Ausdrucksformen der Verkäuferpersönlichkeit und wie sie praktisch zur Geltung kommen
- Der rote Faden fürs Verkaufsgespräch
- Worauf es im Verkaufsgespräch wirklich ankommt: Kundenfreundlichkeit und Kundenorientierung
- So sprechen Sie den Interessenten leichter an
- So verstehen Sie besser was der Kunde wirklich will
- So überzeugen Sie den Kunden leichter
- So gehen Sie auf Kundeneinwände richtig ein
- Ihr persönliches Entwicklungskonzept für die Berufspraxis

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

**Teilnehmerkreis:** Berufsanfänger und Auszubildende im Einzelhandel

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 11. und Dienstag, den 12. November 1991, 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 als Aufbaustufe zu den Veranstaltungen „So kalkulieren Sie richtig!“ mit Dr. Dorn, sowie „Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung mit dem Personal-Computer“ mit Prof. Bockholt 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:** 2.000.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 14. November 1991, 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:** 3.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 18. und Dienstag, den 19. November 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Ein heikles Thema: Reklamationen und wie man sie richtig behandelt

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

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

*Doch die Praxis kennt ein anderes Bild: Viele Verkäufer, Verkaufssachbearbeiter, Mitarbeiter mit Kundenkontakt vermitteln Ihnen beschwerdeführenden Kunden oft das Gefühl der Falschdarstellung, teilweise bezichtigen sie sie auch der Unkorrektheit.*

*Meistens bleibt dem Kunden keine andere Wahl, er muß diesen „Standpunkt“ akzeptieren. Vordergründig macht er es auch. Aber mit welcher Folge? Bei zukünftigen Bedarfsfällen orientiert er sich an diesen in der Vergangenheit liegenden Vorfällen und zeigt ein folgerichtiges Kundenverhalten.*

Er kauft dann woanders ein, deckt seinen ganzen oder einen erheblichen Teilbedarf bei einem anderen Lieferanten. Muß das sein?

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

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

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

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

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

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

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Mittwoch, den 20. und Donnerstag, den 21. November 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## Unfaire Praktiken in Gesprächen und Auseinandersetzungen – wie ich sie erkenne und mich erfolgreich dagegen wehre!

**NEU!**

Viele Menschen verfügen über hervorragende charakterliche Eigenschaften und sind zu edlen Taten fähig. Bei alledem dürfen wir aber auch die andere Seite nicht übersehen. „Homo homini lupus“ – Der Mensch ist dem Menschen ein Wolf. Oder, um es mit Wilhelm Busch zu sagen: „Denn der Mensch als Kreatur hat von Rücksicht keine Spur“.

Daß dies leider durchaus auch ein Teil unserer Wirklichkeit ist, zeigt die Praxis menschlichen Zusammenlebens in vielfältiger Weise. Nach dem Motto „Der Zweck heiligt die Mittel“ werden oftmals die elementarsten Spielregeln menschlichen Anstands bei den zwischenmenschlichen Beziehungen außer acht gelassen. Es gibt unzählige solcher Manöver und Taktiken, die die Grenze des gebotenen „Fair play“ nicht selten bei weitem übersteigen und mehr oder weniger unter die Gürtellinie zielen.

Ziel dieses Seminars ist es, solche Absichten und Verhaltensweisen bereits im Ansatz zu erkennen und ihnen durch geeignete Abwehrmaßnahmen wirksam begegnen zu können.

- Programm:**
- Manipulation durch die Sprache
  - Unfaire Tricks und Praktiken bei Streitgesprächen
  - Körpersprachliche Signale und Botschaften, die bewußt als Kampfmittel eingesetzt werden
  - Wie verhalte ich mich bei Beleidigungen und Herabsetzungen?

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

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filialleiter sowie andere interessierte Führungskräfte von Industrie- und Handelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- Franken

**Datum:** Montag, den 25. und Dienstag den 26. November 1991, jeweils von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

# QUI CHERCHE, TROUVE

**(Bâtiment & constructions traditionnelles) 3650**

**3650 Entrepreneurs (Bâtiment & constructions traditionnelles)**

**ALTWIES**

**KAST A. SARL** //  
 Entreprise de constructions  
 Façades et transformations  
 Tél : 6 89 36 \* L-5670 Altwies  
 Rue Dr. Berger 11 ..... 6 72 60

**ALZINGEN**

\* Bidoli Yvan \* Rue de Roeser 39 ..... 36 85 38

**BASCHARAGE**

\* **BRESSAGLIA SERGE**  
 Voir notre annonce rubrique 3731  
 Rue du Stade 4 ..... 50 78 60

\* **HOME 2000 SA**  
 Gros oeuvre ou finition complète  
 Voir notre annonce rubrique 5869  
 Avenue de Luxembourg 131 ..... 50 28 69

**BAVIGNE**

\* **CLOESER FRERES**  
 Téléfax : 9 36 40 / Tél. privé : 9 30 85  
 Maison 22 ..... 9 36 37

**BECKERICH**

\* Nerden Paul & Fils Sarl \* Rue d'Arlon 10 ..... 6 14 93

**BELVAUX**

\* Frisoni Senc \* Route d'Esch 26 ..... 59 15 51

\* **RASSEL HUBERT**  
 Constructions traditionnelles  
 Route d'Esch 10 ..... 59 39 58

**BERCHEM**

\* Proder SA (Groupe) \* Rue de Bettembourg 31 ..... 36 89 30

**BERELDANGE**

\* Maruccia Quintino Sarl \* Rue du X Octobre 69 ..... 33 02 85

**BERTRANGE**

\* Delli Zotti G. & Erpelding P. \* Rue de la Gare 17 ..... 31 83 75

**ENGLARO SARL** //

ENGLARO

Tous travaux pour le bâtiment  
 Constructions traditionnelles :  
 Du gros oeuvre  
 aux clés en mains  
 Transformations - Rénovations  
 Travail soigné  
 L-8081 Bertrange

Rue de Mamer 99 ..... 31 84 42

**I.L.C.O. SARL**  
 Fax: 31 14 44/Voir notre annonce rub.3731  
 Rue du Chemin de Fer 17 ..... 31 93 01

\* Jost Pierre-Paul \* Rue de Dippach 155 ..... 31 04 55

\* **SOGEROUTE (A. SCHMIT-L. KLEIN)**  
 Génie civil / L-8079 Bertrange  
 Rue de Leudelange 117 A ..... 31 87 80

**BETTEMBOURG**

\* **DELLI ZOTTI SARL**  
 L-3235 Bettembourg  
 Rue de la Ferme ..... 51 22 46

ERPELDING

SARL  
BETTEMBOURG

Succ. : J. Barthelmé - R. Urbing  
 \*\*  
 Tél. : 51 80 15 - 51 84 90  
 Téléfax : 51 25 19  
 L-3220 Bettembourg

**ERPELDING SARL** //

Rue A. Collart 34 ..... 51 80 15

\* Zamperini Bruno \* Rue Willmar 4 ..... 51 03 6

**BETTENDORF**

\* Kisch Sarl \* Cité Strauss 24 ..... 80 96

**BINSFELD**

\* **RINNEN J.P. (ENT.) SARL**  
 Constructions - Terrassements  
 Béton - Pavage  
 Téléfax : 9 77 76 / L-9946 Binsfeld  
 Rue de Troisvierges 52 ..... 9 7

**BISSEN**

\* **PETRY-LEYTR**  
 Voir notre annon  
 Am Grëndchen 8

**BRIDEL**

**THOMAS G. SARL**  
 Am  
 Rue du Bois 3 .....  
 //

**CANACH**

\* Ebati Sarl \* Rue des

**CAPELLEN**

\* Curci Bruno \* Route  
 \* Olinger Robert \* Rue

**CHRISTNAC**

\* **GREISCHER MARCEL**  
 Constructions traditionnell  
 Génie civil - tél. : 8 71 56  
 Rue de l'Ecole 4 .....  
 //

**CONTERN**

\* Conter-Lehnrs Josy \* Rue

**CRAUTHEM**

\* Comalux Sarl \* Route de H

**DIEKIRCH**

\* CAL \* Esplanade 30 .....  
 \* Construction du Nord Sarl \*

\* **SCHOU SARL**  
 Voir notre annonce en rub  
 Rue Sauerwiss 27 .....  
 //

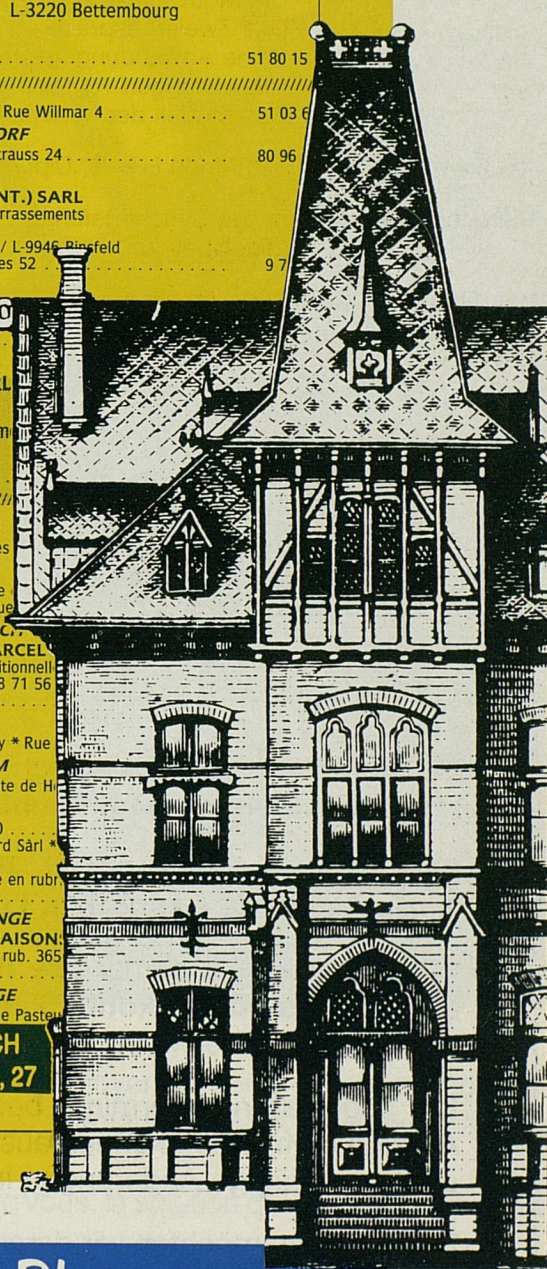
**DONDELANGE**

\* **I.C.GE SARL "MAISON"**  
 Voir nos annonces rub. 365  
 Château Dandel .....  
 //

**DUDELANGE**

\* Bertante Carlo \* Rue Pasteu

9201 DIEKIRCH  
 rue Sauerwiss, 27



© La Ligne Bleue 1990

- 253 -



AVEC

La Ligne Bleue

LES PAGES JAUNES

## Mitarbeiterbesprechung als Mittel zur Leistungssteigerung und Kostensenkung im Betrieb

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

**Programm:**

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

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

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Personalchefs sowie andere interessierte Führungskräfte von Industrie- und Handelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 5.000.- Franken

**Datum:** Donnerstag, den 5. und Freitag, den 6. Dezember 1991, 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.

Des weiteren 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.



# 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.

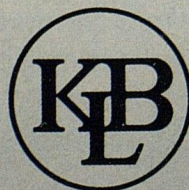
Notre expérience  
bancaire  
au service  
du commerce



# KREDIETBANK

S.A. LUXEMBOURGEOISE

votre partenaire



LUXEMBOURG	43, boulevard Royal 37, rue Notre-Dame	tél. 47 97 1
BERTRANGE	403, route d'Arlon	45 47 57-52 32
ECHTERNACH	23, place du Marché	72 90 21
ESCH-SUR-ALZETTE	7, rue Xavier Brasseur	54 19 81
ETTELBRUCK	4, avenue J.-F. Kennedy	8 12 77