

Mer^{kur} DE LETZEBURGER

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

Mitteilungsblatt der Handelskammer des Großherzogtums Luxemburg

Fortbildungsseminare der Handelskammer

Seit nunmehr zwei Jahren bietet die Handelskammer den Inhabern und leitenden Mitarbeitern der zu ihrem Kompetenzbereich gehörenden Klein- und Mittelbetrieben die Möglichkeit, sich durch den Besuch von Seminaren und Fortbildungskursen zusätzliche allgemeine und berufsspezifische Kenntnisse anzueignen.

War das Themenangebot durch die Aufbauarbeit in den Anfängen eher bescheiden gehalten, so ist die Abteilung für Fortbildung nunmehr in der Lage, für 1979 ein breitgefächertes Programm anzubieten.

Angesichts des großen Anklangs, den die bisher durchgeführten Veranstaltungen gefunden haben, wurde keine Mühe gescheut, um namhafte Experten aus dem In- und Ausland fest zu verpflichten. Es ist somit gelungen, nebst zahlreichen Themen von allgemeinem Interesse, erstmals eine ganze Reihe branchenbezogener Referate in das neue Programm aufzunehmen.

Im Bestreben die berufliche Fortbildung weiter auszubauen und die Struktur der hierfür zuständigen Abteilung «Formation continue» zu vervollständigen, wurde von der Vollversammlung der Handelskammer ausserdem beschlossen, im Rahmen der Kammer ein dieser Abteilung übergeordnetes Komitee zu schaffen, das einerseits als Bindeglied zwischen Handelskammer, Berufskreisen und öffentlichen Instanzen fungiert und, auferdem, bei der Aufstellung des Programms mitwirkt, sowie die Verwendung der erforderlichen Geldmittel steuert.

Dieses als «Comité de promotion professionnelle pour le commerce et le secteur HORESCA» bezeichnete Gremium konnte, am 9. November 1978, mit folgender Besetzung seine Tätigkeit aufnehmen:

1. Als Mitglieder:

Frau Huguette MULLER, Präsidentin, Mitglied der Vollversammlung der Handelskammer und Vertreter des Großhandels.

H. H. Ady JUNG, Mitglied der Vollversammlung der Handelskammer und Vertreter des Einzelhandels;
Paul BOSSELER, Mitglied der Vollversammlung der Handelskammer und Vertreter der HORESCA;
Aly SCHROEDER, Professor-Attaché, Vertreter des Erziehungsministeriums;
Albert FRANK, Bürochef, Vertreter des Wirtschafts- und Mittelstandsministeriums.

2. Als beigeordnete, von den verschiedenen Fachverbänden ernannte Berater:

H. H. Henri GRETHEN, Secrétaire général de la Fédération des Commerçants;
John RODENBOUR, Fédération de Commerçants, Groupement Tabacs, souvenirs, jouets et articles d'art;
René LOSCHETTER, Fédération des Négociants en Gros, matériel électrique;
Arno J. H. ZUANG, Fédération des Négociants en Gros, matériel électro-ménager;
Robert F. DECKER, Fédération des Négociants en Gros, matériaux, de construction;
François SCHROEDER, Président de l'HORESCA;
Jean J. SCHINTGEN, Secrétaire général de l'HORESCA.

Als erstes wurde über die Zusammenstellung eines kompletten Seminarprogramms für 1979 beraten, das anschliessend von der Abteilung «Formation continue» ausgearbeitet und in der Sitzung des Komitees vom 18. Januar 1979 genehmigt wurde.

Wir möchten Ihnen dieses Programm unter Hinweis auf die allgemein anerkannte Notwendigkeit der beruflichen Weiterbildung, auf den folgenden Seiten im Detail vorstellen.

Übersicht für das 1. Semester 1979

- Struktur und Aussagefähigkeit der Geschäftsbilanz
 - Marketing das Erfolgsinstrument im Handel
 - Schaufenster- und Kaufraumwerbung im Elektrofachhandel
 - Die Einführung der gleitenden Arbeitszeit
 - Spezialseminar für Schaufenstergestaltung
 - Wareneingangsbuch für Gastwirte
 - Staatliche Investitionshilfen für Hotel- und Restaurationsbetriebe
 - Verkaufsorientierte Textilwarenkunde
 - Werbung und Verkaufsförderung im Hotel- und Gaststättengewerbe
 - Der Betrieb und seine Versicherungen
 - Durch zeitgemäße Ladengestaltung und Warenpräsentation zum Umsatzplus
 - Das Niederlassungsrecht und
Die Reglementierung des unlauteren Wettbewerbs
 - Fachseminar für Lager-, Fuhrpark- und Versandleiter
 - Freiberufliche Pensions- und Krankenversicherung
 - Marktanteil-Erhaltung und -Steigerung im Lebensmitteleinzelhandel.
-
- Vorschau auf das Programm für das 2. Semester 1979
 - Buchbesprechung

Mit dieser Nummer ändert der «Letzeburger Merkur» seine Aufmachung. In Zukunft werden Sie den «Letzeburger Merkur» monatlich im handlichen DIN-A 4 Format erhalten.

Ce numéro introduit une nouvelle présentation du «Letzeburger Merkur». A l'avenir vous recevrez mensuellement le «Letzeburger Merkur» dans le format DIN-A 4.

Struktur und Aussagefähigkeit der Geschäftsbilanz

Am Ende eines jeden Geschäftsjahres haben die Verantwortlichen eines Unternehmens die Geschäftsbilanz vorliegen und versuchen die nötigen Schlußfolgerungen daraus zu ziehen. Dabei soll ihnen dieses Seminar helfen. Mit vorbereitetem Arbeitsmaterial wird eine Reihe von Bilanzpositionen kritisch unter die Lupe genommen. Verschiedene Lösungsmöglichkeiten sind denkbar – welche ist jedoch die richtige? Fragen der Finanzierung, Liquidität und Rentabilität des Betriebes (und die entsprechenden Auswirkungen) werden unter der Leitung eines Experten erarbeitet.

Programm:

- Die Bilanz: Struktur und Bewertungsvorschriften
- Die Gewinn- und Verlustrechnung
- Die Bilanzanalyse und Bilanzkritik:
betriebswirtschaftlicher Deckungsgrad, finanzielle Abhängigkeit, Liquiditätsprüfung, Rentabilität, Kennzahlen.

Die Vorträge werden in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Teilnehmerkreis: Inhaber und leitende Mitarbeiter von Handelsbetrieben, die nicht über ein ausgeprägtes buchhalterisches Fachwissen verfügen, jedoch aus der Geschäftsbilanz die nötigen Schlußfolgerungen und Informationen ziehen möchten.

Teilnahmegebühr: 800.- Franken

Datum: am 1., 8., 13. und 15 Februar 1979, jeweils von 19,30 bis 21,30 Uhr.

Marketing, das Erfolgsmittel im Handel

Zunehmender Konkurrenzdruck, die kritische Einstellung des Verbrauchers sowie der harte Arbeitskampf zwingen jeden Einzelhandelsbetrieb zum gezielten Einsatz des Marketinginstrumentes.

Im täglichen Kampf um den Verbraucher gewinnt Marketing auch für den Einzelhandel zunehmend an Bedeutung. Marketing ist weder eine Geheimwissenschaft, noch eine Zauberformel. Marketing ist das Denken, Planen und Handeln vom Markte her. Speziell der Einzelhandel besitzt durch seine unmittelbare Verbrauchernähe die besten Voraussetzungen, dieses Instrument konsequent einzusetzen.

Programm:

- Wie kann man den Markt transparent machen, um ein gezieltes Marketing zu betreiben?
- Wodurch läßt sich eine markt- und lokalgerechte Unternehmensstrategie entwickeln?
- Möglichkeiten zur Profilierung des eigenen Geschäftes
- Wie lassen sich mittel- und langfristige Betriebsziele erreichen?
- Welches Marketing-Mix muß konstruiert werden, um eine erfolgreiche Marketing-Strategie zu erreichen?
- Wie nutzt man den Orientierungskompass mit den 6 Marketing-Bezugspunkten?
- Welche 8 Verbraucherwünsche muß man beachten, um den wichtigsten Partner zu gewinnen?
- Werbung als Sichtbarmachung der betrieblichen Leistung.
- Das organische Zusammenspiel zwischen dem Einzelhandel und den vorgelagerten Großhandels- und Produktionsstufen.
- Wie läßt sich ein markt- und konjunkturgerechter Marketingplan aufstellen?

Der Vortrag wird in deutscher Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Referent: Siegfried Menninger, Dipl. Fachberater, Bonn.

Teilnehmerkreis: Inhaber und leitende Mitarbeiter von Einzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 800.- Franken

Datum: am Montag, den 19. Februar 1979, von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,30 Uhr bis 17,00 Uhr.

Schaufenster- und Kaufräumwerbung im Elektrofachhandel

Für jeden Kaufmann ist das Geschäft sowohl durch die werbende Aussenfront und das dazugehörige Schaufenster als auch durch eine zweckgebundene Raumgestaltung der sichtbarste Beweis seiner betrieblichen Leistung. Nach dem Wechselspiel «Kunden rein – Waren raus» muß jedes Geschäft auf einen gut zirkulierenden Kunden- und Warenkreislauf zugeschnitten sein.

Die werbende Ausstrahlung der Schaufenster kann aber nur erfolgen, wenn die Dekoration alle gestalterischen Voraussetzungen erfüllt.

- Programm:**
- Wer wirbt, muß wissen wofür er wirbt!
 - Was der Kaufräum als Werbemittel wert ist
 - Schauwerbung: Zusammenwirken von Aussenwerbung, Schaufensterwerbung und Kaufräumwerbung
 - Was das Schaufenster als Werbemittel wert ist
 - Welche Schaufensterräume erfolgreich werben
 - Mit welchem Passantenverhalten Schaufensterwerbung rechnen muß
 - Wie Schaufenstergestaltungen Passanten zu Interessenten und diese zu Kunden machen
 - Licht lockt Leute und welche Beleuchtung dazu gebraucht wird
 - Farbe hilft verkaufen und wie die Leute Farben sehen
 - Tips zur Warenaufmachung und wie man sich praktisch helfen kann
 - Keine Angst vor Schrift und Text
 - Wie ein Warenangebot im Schaufenster angeordnet werden muß, damit es gut zur Geltung kommt
 - Was bei der Gestaltung von Schaufenstern sonst noch beachtet werden muß
 - Man muß den Leuten am Schaufenster bieten was sie sehen wollen
 - Aus Passanten müssen Kunden werden.

Referent: Heinz Krugler, Werbeberater und Dozent

Teilnehmerkreis: Inhaber und leitende Mitarbeiter von Elektrofachgeschäften, sowie ihre Werbeleiter und für Werbung verantwortliche Mitarbeiter.

Teilnahmegebühr: 1.200.- Franken.

Datum: Montag und Dienstag, den 5. und 6. März 1979 jeweils von 9,00 bis 12,30 Uhr und von 14,30 bis 17,00 Uhr.

Die Einführung der gleitenden Arbeitszeit

Durch die gesetzlich festgelegte 40-Stundenwoche in praktisch allen Bereichen, wird in einer ständig wachsenden Zahl von Betrieben die gleitende Arbeitszeit eingeführt. Um die betroffenen Unternehmer und ihre verantwortlichen Mitarbeiter mit den Charakteristiken dieser, oft umstrittenen Arbeitszeitregelung, die bei der praktischen Durchführung immer wieder Probleme aufwirft, vertraut zu machen, hat die Handelskammer im Rahmen ihres Fortbildungsprogrammes für 1979 einen Informationsabend zu diesem Thema vorgesehen.

In der anschließend geplanten Diskussion können die für einzelne Betriebe oder gar ganze Branchen spezifische Probleme zur Sprache kommen.

Der Vortrag wird in luxemburgischer Sprache abgehalten und jedem Teilnehmer werden die nötigen Unterlagen zur Verfügung gestellt.

Referent: Armand Haas, Expert-Comptable, Luxemburg

Teilnehmerkreis: Inhaber, Personalchefs, sowie leitende Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen.

Teilnahmegebühr: gratis

Datum: am Donnerstag, den 15. März 1979 von 20,00 Uhr bis 22,00 Uhr.

Spezialseminar für Schaufenstergestaltung

Was alles zu einer modernen, verkaufsfördernden Schaufenstergestaltung gehört, können Sie in diesem zweitägigen Seminar, das unter der Leitung eines erfahrenen Werbeberaters abgehalten wird, erfahren.

- Programm:**
- Der aktive Kaufpunkt. Zusammenwirken von Schauwerbung und Werbung. Einzelhandels-Marketing.
 - Kaufräum-Werbung. Verkehrsräume. Warenpräsenz. Serviceleistungen. Informationen. Warenpräsentation.
 - Schaufenster-Werbung. Formen der Angebotsräume. Arten der Schaufenstergestaltung.
 - Aussenwerbung. Dauerwerbung und Werbegestaltungen.
 - Schaeuelement Licht. Licht lockt Leute. Beleuchtungsarten. Licht und Beleuchtung in der Schaufensterpraxis.
 - Schaeuelement Farbe. Körperfarben. Farbstoffe, Naß- und Trockentechnik. Farbe als Signal und Stimmungsbildung. Kleine Farbpsychologie. Farbzusammenstellungen, Kontraste, Farbharmonien. Gesetz der Sättigung. Tendenz- und Modifarben. Farbe und Raumerlebnis.
 - Schaeuelement Gestaltung. Gesetz des Sehens. Warenanordnungen. Raumbilder. Kompositionen und Gestaltungsgesetze.
 - Schaeuelement Symbolik. Signale, Piktogramme, Symbol-Werte. Realsymbolik und Transparenzsymbolik. Warenaufmachungen. Beiwerk. Der psychologische Preis.
 - Schaufenster-Erfolgskontrolle. Passantenverhalten. Anbiert-Techniken.
 - Werbe- und Aktionsplanung. Durchführung von Aktionen.

Referent: Heinz Krugler, Werbeberater und Dozent.

Teilnehmerkreis: Inhaber und für Werbung verantwortliche Mitarbeiter von Kleinbetrieben sowie Werbeleiter und Schaufenstergestalter von größeren Betrieben aus allen Bereichen des Einzelhandels.

Teilnahmegebühr: 1.200.- Franken

Datum: Montag und Dienstag, den 12. und 13. März 1979 jeweils von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,30 Uhr bis 17,00 Uhr.

Wareneingangsbuch für Gastwirte

In Zusammenarbeit mit der HORESCA hat die Handelskammer im Rahmen ihres Fortbildungsprogrammes ein Informations-Seminar zum Thema «Wareneingangsbuch für Gastwirte» vorgesehen.

Auf Anregung des Fachverbandes wurde diese Veranstaltung auf den Vormittag des **20. März 1979** festgesetzt, da am gleichen Tage nachmittags die Generalversammlung der HORESCA stattfindet und somit den Teilnehmern Gelegenheit gegeben wird, beides miteinander zu verbinden.

Das Seminar wird im **Hotel Sheraton-Aerogolf** in Senningerberg von **9,00 bis 12,00 Uhr** unter der Mitarbeit eines Experten abgehalten.

Staatliche Investitionshilfen für Hotel- und Restaurationsbetriebe

Im gleichen Rahmen ist ein Seminar für Hotel- und Restaurationsbesitzer vorgesehen, in dessen Verlauf ein Experte der Handelskammer und Mitglied der staatlichen Gutachterkommission über

Ausrüstungskredite, Zinsvergütungen, Kapitalzuschüsse sowie Förderungsmöglichkeiten des zweiten touristischen Fünfjahresplanes

referieren wird.

Montag, den 7. Mai 1979 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 17.00 Uhr.

Verkaufsorientierte Textilwarekunde

Steigendes und differenziertes Anspruchsniveau und vielfältiger werdende Angebote im Textileinzelhandel erfordern für die Beratungsgespräche fundierte Kenntnisse im warentkundlichen Bereich.

- Programm:**
- Rohstoffe: Einteilung, Markennamen, Eigenschaften
 - Gewebe: Bindungslehre, Eigenschaften
 - Maschenwaren: Bindung, Eigenschaften
 - Non wovens: Einteilung, Eigenschaften
 - Ausrüstungsverfahren
 - Textilkennzeichnungsgesetz
 - Pflegekennzeichnung: Symbole
 - Pflege und Behandlung: Waschen, Chemischreinigen
 - Reklamationen: Vermeiden, Bearbeitung
- Referent:** Herbert Stiegler, Textilingenieur, Leiter der Textilprüfstelle Nagold, Vereidigter Sachverständiger, Fachdozent an der Lehranstalt des Deutschen Textileinzelhandels in Nagold.
- Teilnehmerkreis:** Inhaber und leitende Mitarbeiter von Kleinbetrieben, Verkaufsleiter und 1. Verkaufskräfte von Mittel- und Großbetrieben.
- Teilnahmegebühr:** 1.600.- Franken
- Datum:** 19., 20. und 21. März 1979, jeweils von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,30 Uhr bis 17,00 Uhr.

Werbung und Verkaufsförderung im Hotel- und Gaststättengewerbe

- Programm:**
- Probleme der Werbung und Verkaufsförderung
u. a. Gästebetreuung, Kundentransport, Verhandlungen mit Reisebüros, Hotellerie/Gastronomie, Pauschalangebote, Verbindliche Preise, Provisionen, Nachlässe, Auslastung, Information, Hausspezialitäten, Service, Marktforschung, Gästebefragung, Vertriebswege.
 - Werbung als Marketinginstrument
 - Die besondere Verkaufsförderung im Hotel
 - Verkaufsförderung in der Gastronomie
- Referent:** Dr. Hans Boverter, Fachmann für Tourismusfragen und Fremdenverkehrswerbung, Dozent an der Fachhochschule für Tourismus in München.
- Teilnehmerkreis:** Unternehmer und leitende Angestellte des Hotel- und Gaststättengewerbes.
- Teilnahmegebühr:** 800.- Franken.
- Datum:** Ende März 1979, von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,30 Uhr bis 17,00 Uhr.

Der Betrieb und seine Versicherungen

Es werden die wichtigsten Aspekte der einschlägigen Versicherungen behandelt. Insbesondere wird erläutert, welche Punkte beim Vertragsabschluß zu beachten sind und wie sich ein bestehender Versicherungsvertrag auch nachträglich noch günstiger gestalten läßt. Desweiteren soll diese Veranstaltung den Teilnehmern Gelegenheit geben, die für sie besonders interessanten Fragen mit einem neutralen Experten zu diskutieren.

Programm: u. a.
– Betriebshaftpflichtversicherung
– Unfallversicherung
– Kraftfahrtversicherung

Referent: Fachmann aus der Versicherungsbranche

Teilnehmerkreis: Unternehmer und leitende Mitarbeiter aus allen Bereichen des Handels und des Hotel- und Gaststättengewerbes.

Teilnahmegebühr: 500.- Franken

Datum: April 1979, 2 Abende, jeweils von 20,00 Uhr bis 21,30 Uhr.

Durch zeitgemäße Ladengestaltung und Warenpräsentation zum Umsatzplus

Das Ladengeschäft von gestern ist das Aktionszentrum von heute. An diesem Verkaufspunkt kann man die Ware im Original sehen, greifen, prüfen und kaufen. Durch die enge Verbindung zwischen Verbraucher und Ware hat der Einzelhandel die Chance und zugleich die Verpflichtung, das eigene Warensortiment sicht-, griff- und verkehrsgerecht zu präsentieren. Nach dem Motto: «Nicht Handelsartikel stapeln, sondern Einkaufsstimmung produzieren» müssen alle Möglichkeiten einer echten Bedarfsweckung voll ausgeschöpft werden.

Mit Hilfe einer themengebundenen Arbeitsmappe werden die anstehenden Probleme gemeinsam gelöst. Einprägsame Schaubilder, praktische Beispiele sowie aufschlußreiche Zahlen vermitteln Ihnen konkrete Anregungen für das eigene Geschäft.

Dieses Seminar ist für Sie der Start zur Verbesserung der eigenen Wettbewerbsposition und zur Steigerung der betrieblichen Rendite.

Programm:

- Der 5-Sinne-Test zur Ermittlung von Schwachstellen und zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Geschäftes
- Wodurch erzielt man eine werblich anziehende Geschäftsfront?
- Weiche Bestandteile der Aussenfront müssen harmonisch aufeinander abgestimmt sein?
- Nach welchen Forderungen muß eine werbewirksame und verkaufsfördernde Schaufensterdekoration gegliedert werden?
- Welche Grundrisslösung fördert die optimale Kundenzirkulation?
- Wie setzt man den Dreistufentest zur Steigerung des Quadratmeterumsatzes an?
- Welche Möglichkeiten können zur Steigerung der Raumatmosphäre ausgeschöpft werden?
- Die dreifache Nutzenanwendung der Farbe in der modernen Ladengestaltung
- Wie aktiviert man die 7 Forderungen für eine kaufanreizende Warenpräsentation?
- Das erfolgreiche Zusammenspiel zwischen Mensch, Ware, Raum als krönender Abschluß für ein meßbares Umsatzplus.

Referent: Siegfried Menninger, Dipl.-Fachberater, Bonn.

Teilnehmerkreis: Inhaber und leitende Mitarbeiter aus dem Einzelhandel.

Teilnahmegebühr: 800.- Franken.

Datum: Montag, den 7. Mai 1979 von 9,00 bis 12,30 Uhr und von 14,30 bis 17,00 Uhr.

Niederlassungsrecht

Reglementierung des unlauteren Wettbewerbs

In dieser Veranstaltung, die sich an alle Unternehmer, aber auch an solche Personen richtet, die einen selbständigen Beruf im Handel ergreifen wollen, erläutert ein erfahrener Jurist die bestehenden gesetzlichen Bestimmungen des Niederlassungsrechts. Im zweiten Teil des Seminars wird den Teilnehmern die Reglementierung über den unlauteren Wettbewerb verständlich gemacht und deren Anwendung an Hand rezenter Urteilsprüche illustriert.

Teilnahmegebühr: 800.- Franken

Datum: 3., 10., 17. und 22. Mai 1979 jeweils abends von 20,00 Uhr bis 21,30 Uhr.

Fachseminar für Lager-, Fuhrpark- und Versandleiter

Mit dem Fuhrpark und dem Lager erfüllen die Handelsbetriebe zwei wichtige Funktionen im Rahmen ihrer wachsenden Dienstleistungsaufgaben für die vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen. Diese kostenintensiven Bereiche bedürfen einer ständigen Kostenkontrolle und Effizienzprüfung.

Dabei ist es wichtig, daß sowohl Firmenbesitzer, wie verantwortliche Mitarbeiter in diesen Betriebsbereichen im unternehmerischen Denken geschult werden und die Zusammenhänge in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für den Betrieb erkennen und verstehen.

Mit diesem Fachseminar wenden wir uns vor allem an Unternehmensinhaber und ihre Disponenten in Lager und Fuhrpark der Betriebe des Produktionsverbindungs-großhandels, z.B. Baustoffe und Sanitär.

Programm:

- Der LKW-Tourenplan – Materialbelieferung in der Strecke
- Besprechung von praktischen Fällen und Ausarbeitung anwendbarer Verfahrensweisen.
- Lagerablauf, Lagerkennziffern, Lagerüberwachung, Lagerergänzung.
- Wareneingang, Warenausgang, Lagertechnik, Fördertechnik
- Fuhrparkausstattung

Referenten: Dipl.-Kfm. Robert Alig, Direktor Alfred Fezer, Fachdozenten im Großhandelsschulungsheim Goslar.

Teilnehmerkreis: Inhaber und für Lager und Fuhrpark verantwortliche Mitarbeiter von Großhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 1.200.- Franken.

Datum: Montag, den 21. Mai 1979 von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,00 Uhr bis 18,00 Uhr.
Dienstag, den 22. Mai 1979 von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,00 Uhr bis 17,00 Uhr.

Freiberufliche Pensions- und Krankenversicherung

An Hand von praktischen Beispielen erläutert der Referent die Anwendung der bestehenden Gesetzgebung im Bereich der freiberuflichen Pensions- und Krankenversicherung.

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

Programm:

- Gesetzgebung und Ausführungsbestimmungen
- Anwendung
- Beispiele aus der Praxis
- Diskussion.

Referent: Sachverständiger der Pensionskasse für Handwerker, Geschäftsleute und Industrielle.

Teilnahmegebühr: 800.- Franken

Datum: Voraussichtlich am 7., 14., 21. und 28. Juni 1979 jeweils von 20,00 bis 22,00 Uhr.

Marktanteil-Erhaltung und -Steigerung im Lebensmitteleinzelhandel

Die absatzpolitischen Instrumente des Lebensmitteleinzelhandels zur Erhaltung und Steigerung seiner Marktanteile

Programm:

- Grundlagen langfristiger Unternehmenspolitik:
 - Permanente Analyse des Standortes
 - Anpassung an Strukturwandel
 - Zukunftsorientierte Werbung
- Leistungsanalysen methodisch durchgeführt und ausgewertet:
 - Kontrolle der Beschäftigten-, Raum- und Warenumsatzleistungen
 - Die Systematik der modernen Betriebsführung
 - Kombination der Leistungs- und Rationalisierungsfaktoren vermittelt Entscheidungsalternativen.
- Umsatzentwicklung und Umsatzanteile bestimmen den Erfolg:
 - Umsatzlenkung durch bedarfsorientierte Sortimentspolitik
 - Handhabung von Warengruppenkontrollen
 - Ermittlung und Vorschläge zur Mobilisierung von Umsatzreserven
 - Meßziffern dazu
- Kalkulationskontrollen – Grundlagen der Rentabilität:
 - Bestimmungsfaktoren der Kalkulation
 - Wettbewerbsorientierte Kalkulationsmethoden
 - Kurzfristige Warengruppenerfolgskontrolle

Referent: Herbert Nixdorf, Betriebsberater im Lebensmittelfachhandel.

Teilnehmerkreis: Inhaber und leitende Mitarbeiter von Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben.

Teilnahmegebühr: 800.- Franken.

Datum: Dienstag, den 12. Juni 1979, von 9,00 Uhr bis 12,30 Uhr und von 14,30 Uhr bis 17,00 Uhr.

Die Anmeldungen zu sämtlichen Seminaren werden unter der Rufnummer 435853 entgegengenommen.

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

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

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.

Ausser den oben angeführten Seminaren, wurde auf Anfrage einzelner Fachgruppen bei verschiedenen in- und ausländischen Referenten die Behandlung anderer, zumeist branchengebundener Themen angefragt. Da uns jedoch bislang noch keine endgültige Zusage vorliegt, werden die diesbezüglichen Einzelheiten später mitgeteilt.

Desweiteren möchten wir darauf hinweisen, daß zu gegebener Zeit auch in den Tageszeitungen noch einmal auf die einzelnen Veranstaltungen hingewiesen wird.

Weitere Auskünfte können unter der Rufnummer 435853 bei der zuständigen Abteilung der Handelskammer erfragt werden.

Vorschau auf das Programm für das 2. Semester 1979

- Umsatzsicherung bei verhaltener Nachfrage (September)
- Lohnbuchführung (September)
- Wie organisiert, konzipiert und kontrolliert man Werbe- und Verkaufsaktionen (Oktober)
- Arbeitsrecht (Oktober)
- Taxen und Akzisen auf alkoholischen Getränken (Oktober)
- Wissenswertes über Kredite und Darlehen (November)
- Kritik und Anerkennung als Mittel zur Motivation der Mitarbeiter (November)
- Zeit gewinnen durch Rationalisierung der persönlichen Arbeit (November)
- Betriebsplanung im Fachgeschäft – notwendige Voraussetzungen für den Erfolg (November)
- Wie können mittelständische Unternehmen wirksam werben (Erfolgreiche Werbung, auch mit kleinem Etat) (November)
- Besteuerung des Wertzuwachses bei der Veräußerung von Immobilien und Besteuerung des Veräußerungsgewinnes bei Geschäftsaufgabe oder Geschäftsübergabe.

Buchbesprechung (Neuerscheinung)

Im BBE-Verlag, Köln, ist unter dem Titel :

«Zum Umsatzplus durch handelsorientierte Verkaufsförderung und Warenplatzierung» (S. Menninger, BDVT)

für die Marken- und Konsumgüterindustrie sowie den Großhandel eine Arbeitsmappe erschienen. Sowohl der Verlag als auch der Verfasser S. Menninger verfolgen mit der Herausgabe eine dreifache Zielsetzung :

1. Die 88 Seiten starke Arbeitsmappe soll allen Mitarbeitern im Aussendienst die Probleme des Einzelhandels aufzeigen, um eine zielgruppengerechte Verhandlung zu begünstigen.
2. Mit Hilfe systematischer Abhandlungen und einprägsamer Schaubilder werden dem Außendienst praktische Anregungen sowie eine sicht-, griff- und verkehrsgerechte Platzierung der eigenen Produkte vermittelt.
3. Durch die Verbesserung der Zusammenarbeit am Verkaufspunkt sollen die Absatzbemühungen des Einzelhandels mit den Aktionen der vorgelagerten Großhandels- und Produktionsstufen koordiniert werden. Neben der Partnerschaftspflege wird der Verkauf zum Vorteil aller Wirtschaftsstufen gefördert.

Der beigefügte Testbogen mit Kontrollfragen ermöglicht die Nutzung der Mappe für betriebsinterne Seminare zur Leistungssteigerung aller Mitarbeiter im Außendienst.

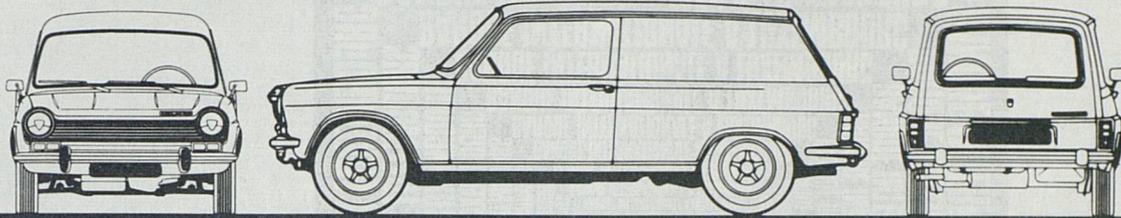
Die im harten Kunststoffdeckel gebundene Arbeitsmappe DIN A 4 kostet DM 45.00.

Bestellungen an den Beratungsring für Ladengestaltung und Verkaufsförderung, Godesberger Allee 143 a, 5300 Bonn 2.

JOINDRE L'UTILE À UN PRIX AGRÉABLE

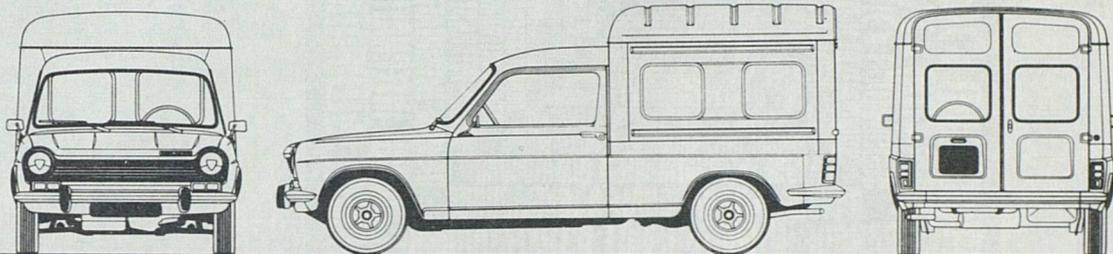
Fourgonnette Simca 1100 VF 1
volume utile 1,6 m³

119.680 F *



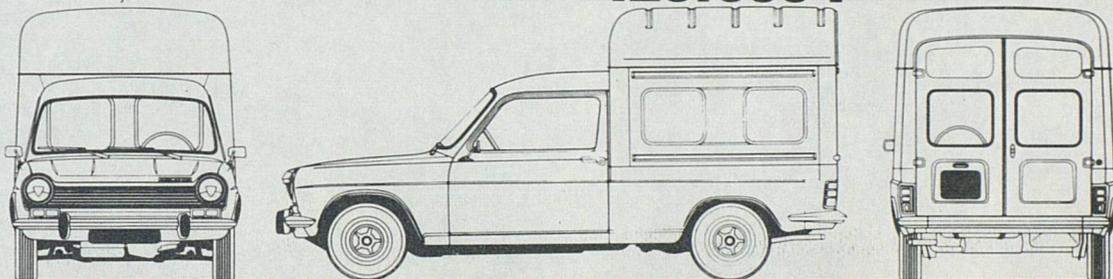
Fourgonnette Simca 1100 VF 2
volume utile 2,6 m³

118.580 F *



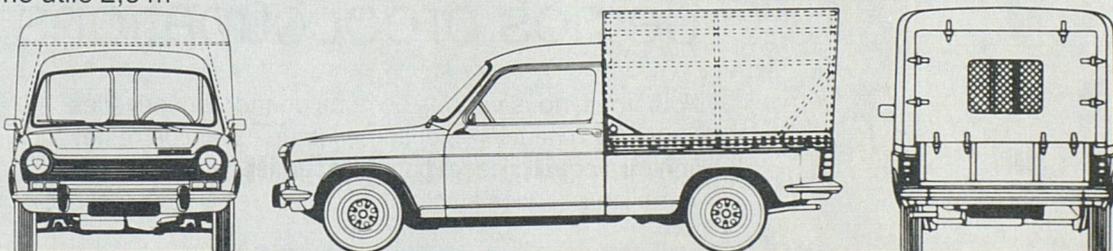
Fourgonnette Simca 1100 VF 3
volume utile 3,0 m³

123.695 F *



Fourgonnette Simca 1100
Pick-Up bâché
volume utile 2,6 m³

118.580 F *



Dans un véhicule utilitaire, ce qui compte avant tout, c'est le rapport capacité de transport/coût, c'est-à-dire la rentabilité. Sous cet aspect, les utilitaires Chrysler Simca sont particulièrement intéressants.

Economiques à l'achat, ils le sont aussi à l'utilisation: entretien, tous les 15.000 km, vidange, tous les 7.500 km, consommation d'essence ordinaire. Leur moteur est puissant et fiable. Il s'agit du 1118 cc qui a fait ses preuves sur plus d'un million de voitures. Volume de chargement: 3 m³ (VF 3). Charge utile: 450 kg. Large porte à 2 battants, ouvrant du toit au plancher, pour objets encombrants. Suspension souple pour transports fragiles.

Transporter plus, plus vite et moins cher - Chrysler Simca vous propose 4 versions parmi lesquelles vous choisirez celle qui est adaptée d'une façon optimale à vos besoins.

* T.V.A. comprise

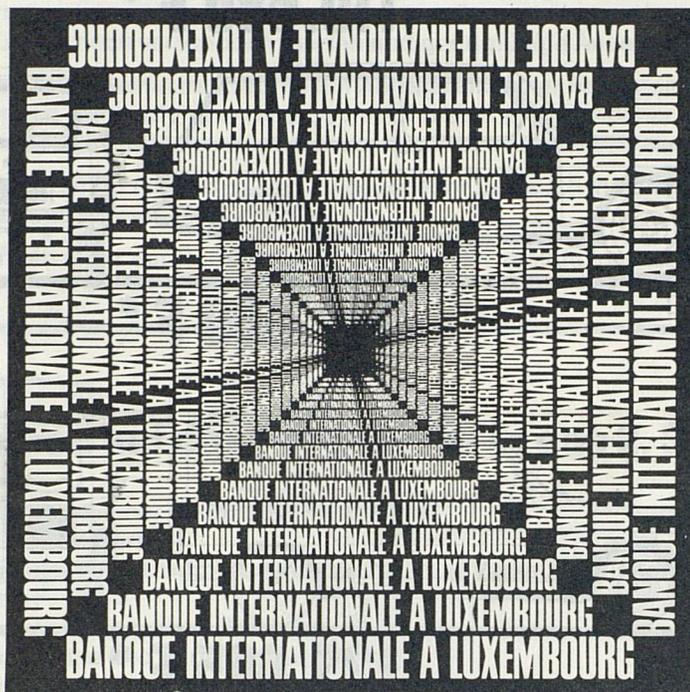
**Grand Garage de
Luxembourg**



CHRYSLER

SIMCA

293, route d'Arlon
Luxembourg



Vous êtes au centre de nos préoccupations

Pour vous, nous venons de nous donner de nouvelles structures financières et administratives afin de rester fidèles à notre préoccupation essentielle depuis 120 ans: le meilleur service au client.

Traditionnellement banque de dépôt et d'épargne pour des générations de clients luxembourgeois et étrangers, nous voulons accentuer encore davantage nos interventions dans le domaine international. Nous sommes en tant que membre associé d'ABECOR, le plus important groupe bancaire européen en mesure de vous proposer toutes facilités pour vos opérations avec l'étranger. Venez et mettez-vous au centre de nos préoccupations.



la plus ancienne banque luxembourgeoise,
fondée en 1856