

# MerKUR DE LETZEBURGER

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

## „Ökonomie für Ökologie“

Die Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen durch konsequente Umweltschutzmaßnahmen ist heute wesentlicher Bestandteil der Zukunftssicherung geworden. Auch Umweltschäden sind Verluste an volkswirtschaftlichen Gütern. Deshalb wird kein vernünftiger Unternehmer argumentieren daß wir die Zerstörung der Umwelt zur Erhaltung unseres materiellen Wohlstandes hinnehmen müssen.

Meinungsverschiedenheiten kann es also nicht mehr über das „ob“, sondern nur noch über das „wie“ einer konsequenten Umweltpolitik geben.

Die Bedenken und Sorgen der Wirtschaft in Bezug auf Kosten für den Umweltschutz und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen haben bei vielen Menschen den Eindruck entstehen lassen, die Wirtschaft wehre sich grundsätzlich gegen Maßnahmen zum Schutze der natürlichen Umwelt. Dies trifft natürlich nicht zu. Ganz abgesehen davon, daß die „Wirtschaft“ aus Menschen besteht, die in dieser Umwelt leben, hat sie sich als kompetent zur Lösung der Umweltprobleme erwiesen.

Die Techniker in den Betrieben haben, dank ihres Einfallsreichtums, sehr viel für die Reduzierung der Umweltbelastung getan. Hier ist nicht jahrelang diskutiert, sondern rasch und energisch gehandelt worden.

Die Umweltprobleme, die sich uns stellen, teilweise durch industrielle Aktivitäten, größtenteils aber durch die Lebensgewohnheiten der privaten Haushalte hervorgerufen, sind für viele Menschen neu und deshalb erschreckend.

Dennoch, solange wir nicht die Ursachen einer Umweltaffäre kennen, sollten wir vorsichtig sein mit der Forderung aus dem nicht Begriffenen unverzüglich Konsequenzen zu ziehen. In bestimmten Lebenslagen können Patentrezepte zu gefährlichen Kurzschlüssen führen. Dies darf nicht als Aufforderung zu gleichgültigem Abwarten mißverstanden werden.

Daß wir zur Lösung der schwierigen Umweltprobleme Wirtschaftswachstum brauchen, scheint inzwischen immer mehr Menschen einzuleuchten. Wirtschaftswachstum ist in dem bestehenden wirtschaftlichen Umfeld nur realisierbar wenn er gestützt wird von einer konsequenten und umweltbewußten Industrialisierungspolitik.

Ziel einer solchen Industrialisierungspolitik muß es bleiben, einerseits, die Konkurrenzfähigkeit der bestehenden

Unternehmen zu festigen, soweit möglich, auszubauen und, andererseits, eine systematische Diversifikation des Industriesektors und die Gründung neuer Arbeitsplätze zu unterstützen.

Auf den Standort Luxemburg zugeschnitten beinhaltet dieses zwei Aspekte.

Erstens, müssen sich die Unternehmen auf Umweltschutzvorschriften, die auf längere Sicht festgelegt sind, verlassen können, Vorschriften, die auf europäisch harmonisierten Normen fußen um so die internationalen Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden.

Zweitens muß beachtet werden, daß dem Unternehmen keine zusätzlichen Kosten aufgelegt werden da das Großherzogtum Luxemburg sich auf dem Gebiet der Diversifikationspolitik einem europäischen und sogar weltweitem Konkurrenzkampf ausgesetzt sieht. Unsere finanzkräftigeren Konkurrenten bieten durchwegs hohe Beihilfen an. Luxemburg muß andere Vorteile geltend machen. Außer der zentralen Lage und dem sozialen Frieden Luxemburgs ist die flexible und schnelle Behandlung der Verwaltungen von Investitionsprojekten eines der Hauptargumente bei der Standortwahl einer Neuansiedlung. Es muß also mit allen Mitteln vermieden werden, im Interesse einer dauernden Attraktivität des Standortes Luxemburg, neue administrative Hemmnisse oder eine Verlängerung der Verwaltungsprozeduren in die Wege zu leiten.

Umweltstudien und Wirtschaftsanalysen sind von Umweltministerium und Wirtschaftsministerium gemeinsam zu tragen und gleichzeitig durchzuführen. Die Entscheidung muß dem Wirtschaftsminister vorbehalten bleiben. Nur unter diesen Bedingungen, und unter der Voraussetzung daß Gesellschaft und Wirtschaft auf Kooperations- und nicht auf Konfrontationskurs stehen, kann nach Auffassung der Handelskammer gemeinsam eine Lösung für das „wie“ einer konsequenten Umweltpolitik gefunden werden.

### Inhaltsverzeichnis:

|   |   |
|---|---|
| Blockunterricht für die Koch- und Kellnerlehrlinge . . . . .                    | 2 |
| Cours du soir . . . . .   | 3 |
| Dossier: Kommentar zu der Gesetzgebung über den unlauteren Wettbewerb . . . . . | 4 |

# Blockunterricht für die Koch- und Kellnerlehrlinge

Schuljahr 1985-1986

Der Unterricht umfaßt 3 Perioden zu je 3 Wochen vollzeitigen Schulbesuch. Für das Schuljahr 1985-1986 sind diese Schulwochen provisorisch folgendermaßen festgelegt :

|  | Klasse      | Unterrichtsperioden :                      |  |  |
|--|-------------|--|--|--|
|  |             | 1. Block                                   | 2. Block                                   | 3. Block                                   |
| 1. Lehrjahr für Köche  | 010 Cu a    | vom<br>11.11.1985<br>bis zum<br>29.11.1985 | vom<br>03.02.1986<br>bis zum<br>28.02.1986 | vom<br>28.04.1986<br>bis zum<br>16.05.1986 |
| 1. Schuljahr für Kellner<br>und<br>die Klasse der<br>fremdsprachigen Kellner | 010 Ga      | vom<br>14.10.1985<br>bis zum<br>08.11.1985 | vom<br>06.01.1986<br>bis zum<br>24.01.1986 | vom<br>24.03.1986<br>bis zum<br>25.04.1986 |
|  | 010 Cu b    |  |  |  |
| 2. Schuljahr für Kellner<br>und<br>2. Schuljahr für Köche                    | 011 Ga      | vom<br>14.10.1985<br>bis zum<br>08.11.1985 | vom<br>06.01.1986<br>bis zum<br>24.01.1986 | vom<br>24.03.1986<br>bis zum<br>25.04.1986 |
|  | 011 Cu a    |  |  |  |
| 2. Schuljahr für Köche   | 011 Cu b    | vom<br>23.09.1985<br>bis zum<br>11.10.1985 | vom<br>02.12.1985<br>bis zum<br>20.12.1985 | vom<br>03.03.1986<br>bis zum<br>21.03.1986 |
|  |             |  |  |  |
| 3. Schuljahr für Köche   | 012 Cu a    | vom<br>23.09.1985<br>bis zum<br>11.10.1985 | vom<br>02.12.1985<br>bis zum<br>20.12.1985 | vom<br>03.03.1986<br>bis zum<br>21.03.1986 |
| Klasse der<br>fremdsprachigen Kellner  | 010 Ga étr. | vom<br>11.11.1985<br>bis zum<br>29.11.1985 | vom<br>03.02.1986<br>bis zum<br>28.02.1986 | vom<br>28.04.1986<br>bis zum<br>16.05.1986 |

**EPARGNEZ  
EPARGNEZ  
EPARGNEZ  
PLACEZ  
PLACEZ  
PLACEZ  
GAGNEZ  
GAGNEZ  
GAGNEZ**

Votre succès  
dépend beaucoup  
de l'efficacité  
de votre  
partenaire bancaire.

Nous sommes  
à votre service.

**CAISSE D'EPARGNE  
DE L'ETAT  
LUXEMBOURG** BANQUE  
DE L'ETAT

CHAMBRE DE COMMERCE  
**COURS DU SOIR**  
Session 1985 - 86

### Cours de Comptabilité Commerciale

#### 1ère année

1. Les documents commerciaux
2. La lettre de change
3. La comptabilité en partie double

...

Jour: - lundi  
- mardi  
- mercredi  
- jeudi (selon le choix du participant)

Début: 30 septembre 1985,  
1, 2 ou 3 octobre 1985

#### 2ème année

1. La théorie comptable fondamentale
2. Les travaux de fin d'année
3. L'évaluation des biens de l'actif net investi
4. La comptabilité à la lumière de la 4<sup>e</sup> directive communautaire

...

Jour: - lundi  
- mercredi (selon le choix du participant)

Début: 30 septembre ou  
2 octobre 1985

#### 3ème année

1. Eléments d'analyse financière
2. Notions de législation et de pratique fiscale

...

Jour: mardi  
Début: 1 octobre 1985

### Cours de Correspondance Commerciale

#### FRANÇAIS

1. Étude de la forme et du fond de la lettre commerciale
2. Terminologie du langage des affaires
3. Explication des principaux faits et des opérations donnant lieu aux échanges de correspondance
4. Exemples pratiques et exercices de rédaction
5. Rappels d'orthographe et de grammaire

Jour: jeudi

Début: 3 octobre 1985

#### ANGLAIS

Jour: mercredi

Début: 2 octobre 1985

Durée: 6 mois  
à raison d'une séance par semaine

**Les inscriptions pour ces cours sont reçues lors des premières séances.**

Le droit d'inscription est fixé à 1.500.- F par cours, à virer au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, service de la formation continue.

### Cours de Fiscalité

#### Première année:

- a) Impôts directs: impôt sur le revenu des personnes physiques
- b) Impôts indirects: taxe sur la valeur ajoutée

#### Deuxième année:

- a) 1° Impôt sur le revenu des personnes physiques
- 2° Impôt sur le revenu des collectivités
- 3° Imposition des sociétés de personnes
- 4° Imposition des sociétés de capitaux
- 5° Loi d'adaptation
- 6° Loi générale
- 7° Loi sur l'évaluation des biens et valeurs
- 8° Impôt sur la fortune
- b) 1° Retenue d'impôt sur les traitements et salaires
- 2° Retenue d'impôt sur les revenus de capitaux
- 3° Retenue d'impôt sur les tantièmes
- 4° Impôt commercial communal
- 5° Imposition des non résidents: - personnes physiques  
- personnes morales
- c) Conventions internationales

Durée: 8 mois

à raison de deux séances par semaine

**Les inscriptions pour les cours de fiscalité seront reçues lors de la première séance qui aura lieu jeudi, le 17 octobre 1985 à 18.30 heures.**

Le droit d'inscription est fixé à 3.500.- F, à virer aux comptes CCP 23402 ou Banque Internationale 0-102/8147 de la Société de Comptabilité.

Toute information supplémentaire sera donnée lors de l'ouverture des cours.

**Tous les cours sont donnés à l'Athénée, 24, Bd. Pierre Dupong à Luxembourg de 18.15 à 20.00 heures.  
Pour des renseignements suppl. appeler le no 435853.**

Wettbewerbsrecht:

# Kommentar zu der Gesetzgebung über den unlauteren Wettbewerb

Der grossherzogliche Beschluss vom 23. Dezember 1974 über den unlauteren Wettbewerb wurde während der letzten Jahre durch die grossherzoglichen Beschlüsse vom 17. Dezember 1976 und vom 22. Dezember 1981 abgeändert. Der folgende Text fasst die wichtigsten Bestimmungen dieses Textes zusammen und erläutert anhand von konkreten Beispielen ihre Tragweite, so wie sie sich aus den Abänderungstexten ergibt. Neben diesem grundlegenden Text umfasst unsere Gesetzgebung über das Wettbewerbsrecht noch andere Texte, wie z. B. das Gesetz vom 17. Juni 1970 über die restriktiven Geschäftspraktiken, auf die wir an dieser Stelle jedoch aus Platzmangel nicht weiter eingehen können.

## Was ist unlauterer Wettbewerb?

Ein Kaufmann, Industrieller oder Handwerker begeht eine unlautere Wettbewerbshandlung, wenn er durch seine Tätigkeit gegen die ehrlichen Geschäfts- und Industriebräuche oder gegen vertragliche Abmachungen verstösst und damit seinen Konkurrenten einen Teil ihrer Kundschaft wegnimmt bzw. wegzunehmen versucht oder ihre Konkurrenzfähigkeit beeinträchtigt bzw. zu beeinträchtigen sucht.

Diese Definition ist sehr allgemein gehalten; sie ist auf alle Handelstätigkeiten anwendbar und begreift sowohl die Beziehung zwischen Geschäftsleuten, Industriellen und Handwerkern untereinander als auch ihre Beziehung mit Verbrauchern.

Zur Erläuterung dieser Definition führt der grossherzogliche Beschluss eine Reihe von konkreten Fällen an. Diese Aufzählung besitzt jedoch keinen einschränkenden Charakter, d. h. sie bedeutet nicht, dass andere, nicht genannte unlautere Wettbewerbshandlungen als erlaubt anzusehen sind. Die aufgezählten Fälle beziehen sich auf:

- bewusst irreführende öffentliche Angaben über die im Laden befindlichen Waren, über den Besitz von irgendwelchen gewerblichen Auszeichnungen, oder über den Zweck oder die Ursache des Verkaufs oder der Dienstleistung;
- besonders günstige Spezialangebote, welche durch irreführende Angaben zu einer täuschenden Preisbemessung aller zum Verkauf angebotenen oder auf Preislisten angeführten Waren führen;
- besonders günstige Spezialangebote, denen kein genügend grosser Vorrat gegenübersteht, um wenigstens während einem Tag die erhöhte Nachfrage durch einen ununterbrochenen Verkauf der Spezialangebote zu gewährleisten;
- die Anbringung auf Produkten oder Verpackungen usw. von irreführenden Angaben über den Ursprung oder die Herkunft der Produkte;

- das Vortäuschen eines unrichtigen Ursprungs oder einer unrichtigen Herkunft, unter anderem durch Vorzeigen falscher Ursprungs- oder Herkunftszeugnisse;
- den Hinweis gegenüber dem Endverbraucher auf die Eigenschaft als Grosshändler oder Hersteller, es sei denn eine Täuschung darüber, ob der geforderte Preis ein Grosshandelspreis oder aber ein Einzelhandelspreis ist, sei ausgeschlossen.
- unrichtige Angaben über die geschäftliche Persönlichkeit, über Produkte, Waren, Dienstleistungen usw.;
- die hervorgerufene oder versuchte Verwechslung mit der Person, dem Geschäft, den Produkten oder Dienstleistungen eines Konkurrenten;
- die Werbung durch Vergleiche, die irreführen oder verleumderisch sind oder aber ohne Notwendigkeit die Identifizierung eines Konkurrenten in sich schliessen;
- falsche Beschuldigungen über die Person, das Unternehmen, die Waren, die Dienstleistungen oder das Personal eines Konkurrenten;
- die unermächtigte Anwendung von Angaben oder Dokumenten, welche zum Zweck einer Überprüfung oder eines Preisanschlags anvertraut wurden;
- den unermächtigten Gebrauch von Material, Verpackungen oder Behältern eines Konkurrenten;
- Preisermässigungen an Käufer in ihrer Eigenschaft als Mitglieder von Vereinigungen oder Gesellschaften, einerlei ob diese Käufer unmittelbar oder durch Mittelspersonen d. h. indirekt handeln.

## Die Gewährung von Zugaben

Geschäftsleuten, Industriellen und Handwerkern ist es untersagt, den Verkauf einer Ware oder Dienstleistung mit einer Zugabe zu verbinden. Eine verbotene Zugabe liegt vor, wenn die Zugabe unentgeltlich, gegen ein geringfügiges Entgelt oder zu einem verschleiernenden Gesamtpreis angeboten, angekündigt oder gewährt wird. Der Wert der Zugabe spielt keine Rolle, so wie es auch unwesentlich ist, ob die Zugabe als Reklamegegenstand gekennzeichnet ist. Diese Bestimmungen finden Anwendung auf allen Handelsstufen und betreffen z. B. auch Direktlieferungen vom Produzenten zum Verbraucher.

### Beispiel:

Beim Einkauf von Zahnpasta erhält der Kunde zusätzlich eine Zahnbürste.

Allerdings wird das Zubehör zu einer Ware nicht als verbotene Zugabe angesehen, wenn der Zubehöartikel bzw.

die Zusatzdienstleistung handelsüblich ist, spezifisch auf die Hauptware angepasst ist und zugleich mit der Hauptware geliefert wird, um deren Gebrauch zu vereinfachen.

**Beispiel :**

Senf wird üblicherweise in Gläsern verkauft, welche nach Gebrauch des Inhalts für andere Zwecke verwendet werden können. Diese Form der Verpackung ist durchaus handelsüblich und entspricht den modernen hygienischen Ansprüchen des Verbrauchers, so dass keine verbotene Zugabe vorliegt.

Ebenso sind Sammelbilder, Aufkleber und andere gedruckte Gegenstände von geringfügigem Handelswert nicht als verbotene Zugaben zu betrachten.

**Beispiel :**

Kinderballon mit Firmenaufschrift, den das Kind als Geschenk erhält und durch die Strassen trägt.

An sich stellt die Gewährung von Mengenrabatten keine Zugabe dar, sofern der Verkauf einer grösseren Menge derselben Ware an einen und denselben Kunden die Verteilungskosten herabsetzt und damit einen niedrigeren Preis rechtfertigt. Ein solcher Preisabschlag muss jedoch direkt in den Verkaufspreis eingerechnet werden ; er kann nicht in Form eines Gutscheines oder einer Eintragung in eine Kundenkarte gewährt werden, da solche Praktiken als verbotene Zugabe angesehen werden.

**Beispiel :**

Ein Stück Seife kostet 15 Franken, eine Packung von drei Stück Seife kostet 40 Franken, so daß ein erlaubter Mengenrabatt von fünf Franken gewährt wird.

In den Handelszweigen, wo die Lebensmittel den überwiegenden Teil des Umsatzes ausmachen, dürfen die Einzelhändler den Käufern Rückvergütungen unter der Form von Rabattmarken usw. gewähren, wobei der Wert der Rückvergütung den Satz von 3% nicht überschreiten darf. Die Rückvergütung muss entweder in Bargeld oder in der Lieferung von Waren geschehen, die von dem betreffenden Einzelhändler geführt werden. Die Rabattmarken sind nicht übertragbar ; sie müssen den Namen des Einzelhändlers, der sie ausgestellt hat, tragen, und sind nur bei diesem einzulösen. Als Vermerk dürfen sie nur den Wert angeben.

## Der Verkauf zu Verlustpreisen

Es ist verboten, dem Verbraucher eine Ware mit Verlust anzubieten oder zu verkaufen. Ein Verlustverkauf liegt vor, wenn der Verkaufspreis unter dem in Rechnung gestellten Einkaufspreis oder unter dem in Rechnung stellenden Neubelieferungspreis liegt. In diesem Zusammenhang bezeichnet der Rechnungspreis den tatsächlich bezahlten Preis, abzüglich aller Rabatte oder Rückerstattungen, die vom Lieferanten bei der Rechnung gewährt werden. Mit einem Verlustverkauf gleichgesetzt wird ein Verkauf, der angesichts des Rechnungspreises und der allgemeinen Betriebskosten dem Verkäufer eine außergewöhnlich kleine Gewinnmarge sichert.

Allerdings gilt das Verbot der Verlustverkäufe nicht in folgenden Fällen :

- gesetzlich zugelassene Spezialverkäufe und Ausverkäufe (Braderie, Soldes, Ausverkauf wegen Umbau, Umzug, Geschäftsaufgabe)
- Verkauf verderblicher Waren, die nicht länger aufbewahrt werden können
- Verkauf von Waren deren Handelswert durch Beschädigung, durch Minderung der Gebrauchsmöglichkeiten oder durch grundlegende Veränderungen in der Technik stark herabgesetzt ist
- Verkauf von Waren deren Preis aus Wettbewerbsgründen auf den normalerweise für dieselben Produkte praktizierten Preis in anderen Geschäftsbetrieben angepasst wird.

## Saisonausverkauf (Soldes)

Ausverkäufe und Sonderverkäufe zu ermäßigten Preisen dürfen prinzipiell nur im Laufe der Monate Januar und Juli stattfinden ; diese Saisonausverkäufe dürfen nicht vor dem ersten Montag dieser Monate beginnen. Während der beiden genannten Monate darf der Kaufmann jeweils für eine Zeitspanne von 15 aufeinanderfolgenden Tagen einen Saisonausverkauf veranstalten. Es ist nicht erlaubt, die Dauer des Sonderverkaufes über 15 Tage hinaus zu verlängern oder in verschiedene Zeitspannen aufzuteilen.

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

Die Werbung für Saisonausverkäufe darf nur während der acht vorhergehenden Tage erfolgen. Während des Saisonausverkaufes ist es erlaubt, Rabatte zu gewähren oder zu Verlustpreisen zu verkaufen.

*Beispiel:*

Ein Kaufmann kann den normalen Sommerausverkauf z. B. vom 1. bis zum 15. Juli veranstalten. Er könnte auch die Zeitspanne vom 10. bis zum 25. Juli, oder etwa vom 16. bis zum 31. Juli wählen. Dagegen ist es nicht erlaubt, einen Ausverkauf vom 1. bis zum 6. Juli und vom 23. bis zum 31. Juli durchzuführen.

## Braderieverkauf

Das Schöffenkollegium einer jeden Gemeinde hat das Recht, an einem bestimmten Tag im Jahr eine Braderie zu gestatten. Die Braderie ist nicht mit anderen besonderen Verkaufstagen – wie verkaufsoffene Sonntage, oder gewöhnlicher Straßenverkauf ohne besondere Preisermäßigungen – zu verwechseln. So ist z. B. während einer Braderie der Verkauf von Restposten oder Saisonwaren zu Verlustpreisen unter dem Einkaufspreis erlaubt, ob schon dies in der Regel verboten ist. Ebenso ist es erlaubt, Rabatte zu gewähren, derweil ansonsten Preisnachlässe nicht erlaubt sind. Allerdings müssen Rabatttabellen möglichst klar angeben, auf welche Waren oder Produktgruppen die verschiedenen Rabatte sich beziehen. In der Regel wird die Braderie vom Schöffenkollegium genehmigt und, falls ein solcher besteht, vom lokalen Geschäftsverband organisiert. Bei dieser Gelegenheit wird der Verkehr meistens umgeleitet, so daß die Hauptgeschäftsstraßen den Warenständen und den Kunden vorbehalten sind.

## Ausverkauf wegen Umbau, Umzug oder Geschäftsaufgabe (Liquidation)

Ausverkauf wegen teilweiser oder vollständiger Aufgabe des Geschäftes oder wegen Umbau oder Umzug kann jederzeit erfolgen. Ein **Umbau** rechtfertigt einen Liquidationsverkauf wenn die betreffenden Arbeiten am Verkaufsort selbst vorgenommen werden und eine Unterbrechung der Verkaufstätigkeit von wenigstens 15 Tagen erfordern. Im Fall eines **Umzuges** erlaubt die neue Gesetzgebung einen Liquidationsverkauf auch wenn das Geschäft innerhalb einer Ortschaft umzieht. Ein **Liquidationsverkauf** wegen Geschäftsaufgabe kann vorgenommen werden, wenn ein Geschäft aufgegeben wird oder wenn wenigstens eine komplette Abteilung eines Geschäftes geschlossen wird. Die Ausverkäufe wegen ganzer oder teilweiser Aufgabe des Geschäftes bedingen einen zweijährigen Verzicht auf den Verkauf der Waren, die Gegenstand des Liquidationsverkaufes waren. Da der Liquidationsverkauf in allen Fällen einen schnellen Absatz der gelagerten Waren ermöglichen soll, ist jede Einlagerung von Waren zum Zweck des Ausverkaufes verboten. Die Bestimmung verbietet sowohl jede Einlagerung während des Liquidationsverkaufes als auch das Anlegen eines überdurchschnittlichen Vorrates vor dem Liquidationsverkauf. In der Praxis besteht eine Toleranz zugunsten von Lebensmittelgeschäften, welche verderbliche Lebensmittel auch während des Ausverkaufes laufend einkaufen können, da sich der Liquidationsverkauf ansonsten schwierig gestalten würde. Die so eingekauften verderblichen Waren dürfen natürlich nicht mit Rabatt verkauft werden. Bei der öffentlichen Ankündigung eines Liquidationsverkaufes muß der Grund des Ausverkaufes angegeben werden. Die Liquidationsverkäufe dürfen die

Dauer von drei Monaten nicht überschreiten. Bei Totalausverkauf wegen Aufgabe des Geschäftes, darf sich dieser Verkauf jedoch über ein Jahr erstrecken. Die Liquidationsverkäufe müssen der Geschäftsaufgabe, dem Umbau oder Umzug unmittelbar vorausgehen und ihre Dauer darf nicht aufgeteilt werden. Der Geschäftsinhaber ist gesetzlich verpflichtet, der Handelskammer das Eröffnungsdatum mindestens drei Tage im voraus durch Einschreibebrief mitzuteilen. Dieser Mitteilung ist ein Inventar mit der mengenmässigen Angabe der einzelnen Warenkategorien beizufügen, wobei Preisangaben nicht erforderlich sind. Wenn die Mitteilung den gesetzlichen Bestimmungen entspricht, registriert die Handelskammer den Liquidationsverkauf. Sie erstellt dem Kaufmann eine Empfangsbestätigung und informiert gleichzeitig die zuständige Polizeibehörde. Die ordnungsgemäß gemeldeten Liquidationsverkäufe werden auch im « Letzburger Merkur », dem Mitteilungsblatt der Handelskammer, veröffentlicht.

## Verkauf zu zeitweilig ermässigten Preisen

Außer den drei vorgenannten Arten von Sonder- und Ausverkäufen können jederzeit im Einzelhandel und in Dienstleistungsbetrieben zeitweilig Sonderangebote erstellt werden, wenn folgende drei Bedingungen erfüllt sind:

a) der Kaufmann darf den Grund der Preisermässigung nicht angeben.

*Beispiel:*

die Werbung kann auf « besonders preisgünstige Angebote » hinweisen, aber sie darf nicht die « besonders preisgünstigen Angebote zur Feier des zehnjährigen Bestehens » anpreisen.

b) Das zu vermindertem Preis gemachte Angebot darf nicht ausdrücklich befristet sein.

*Beispiel:*

es ist erlaubt, den Preis für eine Ware während einer bestimmten Zeitspanne zu reduzieren, aber es ist nicht erlaubt in einer Anzeige auf die Dauer der Preisreduzierung hinzuweisen.

c) Der verminderte Preis darf nicht mit vorher gültigen Preisen verglichen werden.

*Beispiel:*

es ist nicht erlaubt, den alten Preis durchzustreichen und durch einen niedrigeren Preis zu ersetzen. Ebenso ist es verboten, neben dem geltenden Preis eine Ermässigung von X Prozent anzugeben.

Bei diesem Verkauf zu zeitweilig ermässigten Preisen darf der Verkaufspreis nicht unter dem Einkaufspreis bzw. dem Wiederbeschaffungswert liegen, außer wenn die Waren z. B. beschädigt sind oder aufgrund ihrer Verderblichkeit kurzfristig verkauft werden müssen. Aufgrund der allgemeinen Bestimmungen über den unlauteren Wettbewerb ist es verboten, ein besonders preisgünstiges Angebot zu machen, wenn der Vorrat nicht ausreicht um der erhöhten Nachfrage wenigstens während einem ganzen Verkaufstag zu entsprechen. Wenn der Kaufmann nach dem Ablauf seines Sonderangebotes die Preise wieder auf einen höheren Stand festsetzt, so unterliegen diese Preiserhöhungen den Bestimmungen des großherzoglichen Beschlusses v. 9. Januar 1971. Diese Regelung verpflichtet alle Produzenten, Dienstleistungsbetriebe und Importfirmen dem « Office des Prix » jede Preiserhö-

hung mitzuteilen, wobei erst nach einer Frist von 60 Tagen die effektive Preiserhöhung erlaubt ist. Allerdings dürfen die Preise ohne eine Wartezeit von 60 Tagen an ihren normalen Stand angehoben werden, wenn der zeitweilige Verkauf zu reduzierten Preisen und mit erniedrigten Preismargen dem Preisamt im voraus mitgeteilt worden ist.

### Beispiele :

– Ein Kaufmann verkauft ein Produkt zu einem besonders günstigen Preis. Die entsprechende Werbung kann auf das « preisgünstige Sonderangebot » hinweisen, der vorteilhafte Preis darf jedoch nicht mit dem vorherigen Preis verglichen werden. Außerdem darf der Verkaufspreis nicht unter dem Einkaufspreis liegen, da Verlustgeschäfte bei Sonderangeboten in der Regel verboten sind.

– Ein Modewarengeschäft verkauft den Vorrat aus dem letztjährigen Programm zu reduzierten Preisen. Dieses Geschäft darf seine Kundschaft auf die vorteilhaften Preise hinweisen, aber es darf weder die begrenzte Dauer des Angebotes hervorheben, noch die Ursache der Preisreduzierung angeben. Desweiteren soll der Umfang der Werbung für das Sonderangebot im Verhältnis zum Warenvorrat stehen.

– Die Veranstaltung einer « internationalen Woche » ist nicht einem – verbotenen – zeitlich begrenzten Verkauf zu reduzierten Preisen gleichzusetzen, sofern die Werbung auf eine breite Auswahl von ausländischen Produkten hinweist, ohne besonders günstige Preise zu versprechen.

– Ein Lebensmittelgeschäft hat einen größeren Vorrat von verderblichen Früchten gelagert. Da diese Waren aufgrund ihrer fortgeschrittenen Reife kurzfristig abgesetzt werden müssen, verkauft der Kaufmann die Früchte als Sonderangebot zu reduzierten Preisen. In diesem Fall kann der Verkaufspreis wegen der Verderblichkeit der Waren auch unter dem Einkaufspreis liegen, so daß ein Verlustgeschäft ausnahmsweise nicht gegen die gesetzlichen Bestimmungen verstößt.

## Verkauf in Wanderlagern

Die Bestimmungen über den Verkauf in Wanderlagern sind auf Geschäfte anwendbar, welche einen neuwertigen Warenvorrat außerhalb des eigentlichen Geschäftslokales in einem Durchgang zu erniedrigten Preisen verkaufen. Neue Waren dürfen nur dann in Wanderlagern zum Verkauf angeboten werden, wenn der Verkäufer wenigstens vier Tage vor der Verkaufseröffnung auf dem Sekretariat der Gemeinde, wo der Verkauf stattfinden soll, eine doppelt ausgestellte Erklärung hinterlegt hat. In dieser Erklärung wird die Warenmenge die Anzahl und die Art der Gegenstände sowie die für den Absatz benötigte Frist angegeben. Die Gemeindeverwaltung behält hiervon ein Exemplar, während das zweite mit dem Visum versehene Exemplar dem Antragsteller ausgehändigt wird. Diese Regelung stellt eine Ausnahme zum Gesetz vom 5. Mai 1970 über das Hausieren und das Wandergewerbe dar, das grundsätzlich jeden Verkauf außerhalb eines Geschäftes verbietet. Schließlich sei darauf hingewiesen, daß der Verkauf von Waren auf öffentlichen Plätzen und auf offiziellen Jahrmärkten auch durch Gemeindebeschlüsse reglementiert wird.

## Club des Exportateurs

Les prochaines réunions du Club des Exportateurs auront lieu :

**lundi, 7 octobre 1985**  
**et lundi, 4 novembre 1985**

de 17.00 heures à 19.00 heures dans la cafeteria située au 4e étage de l'Hôtel de la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg.

Pour tous renseignements supplémentaires, les intéressés sont priés de s'adresser à la Chambre de Commerce, tél. 43 58 53.

## Verbotene Werbung

Gewerbliche Werbung verstößt gegen das Wettbewerbsrecht, wenn sie eine unlautere Wettbewerbshandlung begünstigt. Grundsätzlich ist der Auftraggeber der Werbung allein für diesen Tatbestand verantwortlich ; hat der Auftraggeber jedoch seinen Wohnsitz im Ausland und hat er keine im Grossherzogtum Luxemburg ansässige Person als verantwortlich bezeichnet, so kann der Gerichtsanspruch zur Einstellung der unlauteren Werbung gegen den Herausgeber, den Drucker oder den Verteiler der betreffenden Werbungsunterlagen, bzw. gegen alle Personen die zur Erstellung der Werbung beitragen, gestellt werden.

## Klage- und Strafverfahren

Klagen wegen einer unlauteren Wettbewerbshandlung sind an den Präsidenten des Handelsgerichts zu richten. Sie können sowohl von Personen, als auch von beruflichen Vereinigungen oder Konsumentenvereinigungen eingereicht werden.

Der Präsident des Handelsgerichtes kann die sofortige Einstellung der unlauteren Handlung verordnen. Die Klage wird in einem Eilgerichtsverfahren (référé) verhandelt. Gegen die richterliche Anordnung kann kein Einspruch erhoben werden ; eine Berufung (Appell, Opposition) dagegen ist zulässig.

Wird eine richterliche Verordnung zur Einstellung der unlauteren Handlung nicht befolgt oder liegt ein erneuter Verstoß gegen dieselbe Bestimmung innerhalb eines Zeitraumes von fünf Jahren nach einer Verurteilung vor, so kann der Geschäftsinhaber zu einer Gefängnisstrafe von 8 Tagen bis 5 Jahren und/oder zu einer Geldbusse von 3.000 Franken bis 1.000.000 Franken verurteilt werden.

Dieselben Strafbestimmungen sind auch im allgemeinen bei einem Verstoß gegen die Bestimmungen zum Schutz der Verbraucher in der neuen Fassung des grossherzoglichen Beschlusses vom 23. Dezember 1974 vorgesehen ; diese Strafbestimmungen treffen insbesondere auf die ersten sieben im Abschnitt „was ist unlauterer Wettbewerb?“ aufgezählten Tatbestände zu.

Die betroffenen Personen können in diesen Fällen vor dem Zuchtpolizeigericht Zivilklage führen.

Mithin kann die sofortige Einstellung der strafrechtlich geahndeten Verstöße sowohl über eine öffentliche Anklage vor dem Zuchtpolizeigericht als auch über einen Antrag vor dem Handelsgericht bewirkt werden.

Um eine unterschiedliche Rechtsprechung beider Gerichtsbarkeiten auszuschliessen, bestimmt der grossherzogliche Beschluss, dass ein Einstellungsbefehl des Handelsgerichtes im Fall eines Freispruches durch das Strafgericht hinfällig wird.

## Règlement grand-ducal du 23 décembre 1974 concernant la concurrence déloyale (tel qu'il a été modifié)

### SOMMAIRE

A. De la concurrence déloyale (Art. 1er – 4)

B. Des ventes spéciales et liquidations (Art. 5 – 10)

Texte coordonné (officieux)

### A. De la concurrence déloyale

**Art. 1er** (Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « Commet un acte de concurrence déloyale tout commerçant, industriel ou artisan qui, par un acte contraire soit aux usages honnêtes en matière commerciale ou industrielle, soit à un engagement contractuel, enlève ou tente d'enlever à ses concurrents ou à l'un d'eux une partie de leur clientèle ou porte atteinte ou tente de porter atteinte à leur capacité de concurrence ».

**Art. 2.** Commet un acte de concurrence déloyale notamment celui qui

a) dans l'intention de faire naître dans le public la croyance qu'il vend ses marchandises ou fournit ses services à des conditions particulièrement favorables, aura annoncé de mauvaise foi et publiquement sur la nature, l'origine, le mode de fabrication ou de production, la quantité, le prix ou la provenance des marchandises en magasin, sur la possession de récompenses industrielles ou de distinctions honorifiques quelconques, ou enfin sur le but et les motifs de la vente ou de la prestation de services, des indications fausses propres à tromper l'acheteur ou le destinataire de services ;

b) dans le but de faire croire au public par des indications propres à tromper l'acheteur que l'ensemble des marchandises exposées en vente ou inscrites sur la liste des prix est vendu à des conditions plus favorables que normalement, aura fait une offre spéciale particulièrement avantageuse ;

c) (Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « ayant fait une offre spéciale particulièrement avantageuse, ne dispose pas du stock nécessaire pour couvrir au moins pendant une journée entière la demande accrue et la vente continue du ou des produits offerts à prix réduits »

d) appose, laisse ou fait apposer sur des produits naturels ou fabriqués ou transportés en vue de la vente, mis en vente ou vendus ou sur les emballages, caisses, ballots, enveloppes, boîtes, étiquettes, une marque de fabrique ou de commerce, un nom, un signe ou une indication quelconque, de nature à faire croire que les produits ont une origine ou une provenance autre que leur véritable origine ou provenance ;

e) fait croire à une origine ou à une provenance inexacte desdits produits soit par une addition, un retranchement ou une altération quelconque d'une marque, d'une dénomination ou d'une étiquette, soit par des annonces, brochures, circulaires, prospectus ou affiches, soit par la production de factures ou de certificats d'origine ou de provenance inexacte, soit par tout autre moyen ;

f) crée ou tente de créer la confusion entre sa personne, son établissement, ses produits ou ses services et la personne, l'établissement, les produits ou les services d'un concurrent ;

g) fait une publicité qui comporte des comparaisons trompeuses, dénigrantes ou impliquant sans nécessité la possibilité d'identifier un ou plusieurs autres commerçants ;

h) répand des imputations fausses sur la personne, l'entreprise, les marchandises, les services ou le personnel d'un concurrent ;

i) donne des indications inexactes sur la personnalité commerciale ou artisanale, sur son industrie ou ses dessins, marques, brevets, références, distinctions ; sur la nature de ses produits, de ses marchandises ou de ses services, sur les conditions de leur fabrication, leur origine, leur provenance, leur qualité ou leur prestation ;

j) fait un usage non autorisé ou provoque à un tel usage de modèles, échantillons, combinaisons techniques, formules d'un concurrent et, en général, de toutes indications ou de tous documents confiés en vue d'un travail, d'une étude ou d'un devis ;

k) fait un emploi non autorisé du matériel d'un concurrent, de l'emballage, des récipients de ses produits, même sans intention de s'en attribuer la propriété ni de créer une confusion entre les personnes, les établissements ou les produits ;

l) offre, annonce ou accorde des réductions de prix sur l'acquisition de marchandises à des acheteurs en leur qualité de membres de groupements ou d'associations, que ces acheteurs agissent soit directement, soit par personne interposée ou par d'autres voies indirectes ou détournées ;

m) se prévaut dans les ventes ou offres de ventes au dernier consommateur, de sa qualité de négociant en gros, à moins que la vente ne se fasse effectivement au prix de gros ou qu'il ne ressorte clairement que le prix demandé au consommateur est supérieur aux prix de gros ;

ou se prévaut, dans les ventes ou offres de ventes au dernier consommateur de sa qualité de producteur, à moins que la vente ne se fasse effectivement au prix du producteur ou qu'il en ressorte clairement que le prix demandé au consommateur est supérieur au prix de fabrication ; cette disposition ne s'applique pas au producteur qui vend exclusivement au dernier consommateur.

**Art. 2 bis** (Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « Est interdite toute publicité commerciale favorisant un acte qui doit être considéré comme un acte de concurrence déloyale au sens du présent règlement. Peut seul être mis en cause du chef de ce manquement l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, au cas où ce dernier ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au Grand-Duché, l'action en cessation peut également être intentée à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité commerciale incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle produise ses effets ».

**Art. 3, paragraphe 1.** Commet également un acte de concurrence déloyale, le commerçant, industriel ou artisan qui vend, annonce et offre en vente une marchandise avec une prime ou avec un titre donnant droit à une prime; fait une prestation ou une offre de prestation de service avec une prime.

Il y a vente, annonce ou offre de vente avec prime, prestation, annonce ou offre de services avec prime, lorsque conjointement avec une vente, une annonce ou une offre de vente, une prestation ou une annonce ou offre de service, un bien corporel ou incorporel est accordé ou promis aux acheteurs, ou qu'un service leur est presté ou promis, soit gratuitement, soit moyennant une légère rémunération, soit moyennant un prix d'ensemble confondu avec celui de l'objet principal, si le caractère cumulatif sert à voiler le caractère de prime.

La disposition qui précède s'applique aux biens corporels et incorporels, quelle qu'en soit la valeur et peu importe que le bien corporel soit marqué et présenté comme objet de réclame.

**Paragraphe 2.** Ne constituent pas de primes :

1) les accessoires usuels d'un produit principal spécifiquement adapté à ce produit par le fabricant de ce dernier et livrés en même temps que celui-ci en vue d'en étendre ou d'en faciliter l'utilisation ;

2) les menus services admis par les usages commerciaux, pour autant qu'ils présentent une connexité étroite avec l'objet vendu ;

3) les chromos, vignettes et autres objets imprimés d'une valeur commerciale minime.

**Paragraphe 3.** Les dispositions qui précèdent s'appliquent à tous les échelons du commerce et de la distribution y compris les livraisons directes effectuées par le producteur.

**Paragraphe 4.** Dans les branches commerciales où les articles d'alimentation constituent la part prépondérante du chiffre d'affaires, les magasins de détail sont autorisés à offrir aux acheteurs des ristournes différées sous forme de timbre, coupons, jetons et titres appropriés, à condition que ceux-ci soient honorés soit en espèces, soit en marchandises à choisir par le porteur de ces titres parmi les articles rentrant dans le commerce de celui qui les a offerts et sans que toutefois les ristournes puissent dépasser un taux de trois pour cent.

Les titres visés à l'alinéa qui précède ne sont pas négociables ; ils doivent porter l'indication de l'établissement de vente au détail qui les a émis et ils ne peuvent être honorés que par celui-ci.

Ils ne peuvent porter aucune marque et mention autre que celle de la valeur.

**Art. 4.** Il est interdit à tout commerçant d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un produit à perte.

Est considérée comme vente à perte, toute vente à un prix qui n'est pas au moins égal au prix auquel le produit a été facturé lors de l'approvisionnement ou auquel il serait facturé en cas de réapprovisionnement, si ce dernier prix est inférieur. Par prix facturé, on entend le prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation.

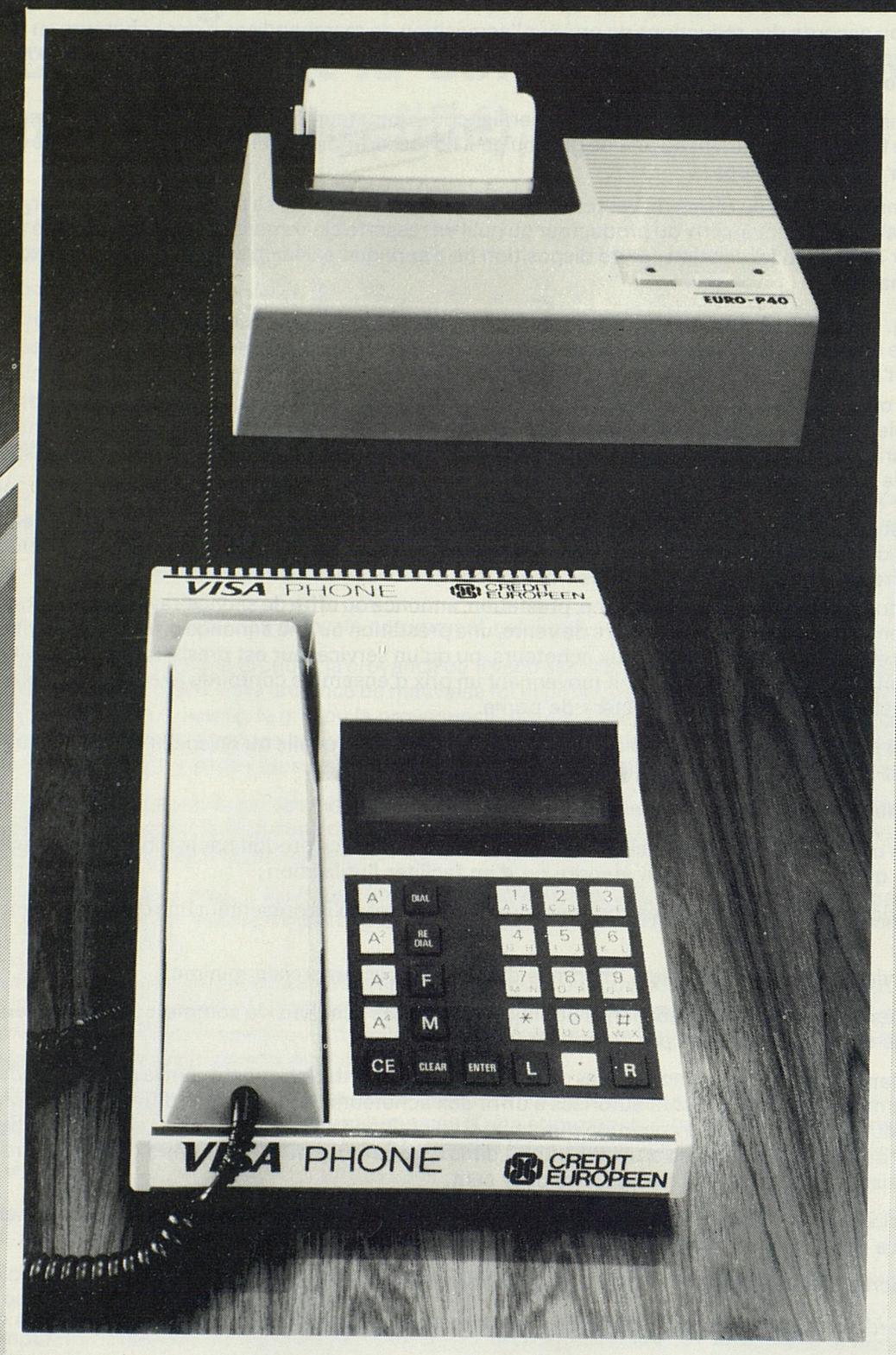
L'interdiction prévue aux alinéas qui précèdent n'est applicable

a) aux produits vendus conformément aux dispositions des articles 5 et 6 du présent règlement ;

b) aux marchandises susceptibles d'une détérioration rapide et dont la conservation ne peut plus être assurée ;

200 commerçants luxembourgeois  
d'ores et déjà

branchés sur le monde  
avec VISA PHONE



les premiers systèmes VISA PHONE  
conçus et réalisés par le Crédit Européen  
ont été installés en mai 1984

 **CREDIT  
EUROPEEN**

TEL. 44 99 11

c) aux produits dont la valeur commerciale se trouve profondément diminuée du fait de leur détérioration, d'une réduction de leurs possibilités d'utilisation ou d'une modification fondamentale de la technique.

d) (Règl. g.d. du 22 décembre 1981) « lorsque le prix du produit est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants, pour le même produit ».

(Règl. g.d. du 22 décembre 1981) « Est assimilée à une vente à perte toute vente qui, compte tenu des prix, ainsi que des frais généraux ne procure au vendeur qu'une marge bénéficiaire exceptionnellement réduite ».

## B. Des ventes spéciales et liquidations

**Art. 5** (Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « Les liquidations sous quelque dénomination que ce soit et les ventes spéciales, ainsi que les ventes promettant des réductions globales sur les prix ne peuvent avoir lieu que pendant les mois de janvier et juillet à compter du premier lundi de ces mois, étant entendu que chaque commerçant reste libre d'en fixer le début à condition de ne pas dépasser la fin du mois en cours. La publicité afférente ne peut se faire que pendant les huit jours précédant immédiatement le début de ces liquidations ou ventes.

Aucun commerçant ne peut organiser plus d'une liquidation ou vente spéciale au cours de chacun des deux mois prévus à cet effet, la durée maximum de chacune étant limitée à quinze jours consécutifs.

Il est réservé en outre au collège échevinal de chaque commune d'organiser une braderie pendant une journée déterminée de l'année »

**Art. 6** (Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « Les liquidations organisées pour des raisons de cessation complète ou partielle de commerce peuvent avoir lieu à tout moment. Il en est de même des liquidations soit pour cause de transformations immobilières effectuées au local de vente même, à condition que les travaux nécessitent la suspension de la vente pendant au moins quinze jours, soit pour cause de déménagement ».

Ces liquidations ne pourront dépasser la durée de trois mois à l'exception de celles organisées pour cause de cessation totale du commerce où elles seront d'une année. Elles doivent précéder immédiatement l'événement qui en est la cause et ne sauraient être fractionnées. La date d'ouverture devra être déclarée à la chambre de commerce par lettre recommandée au moins trois jours avant l'ouverture. Un inventaire, renseignant les catégories et quantités de marchandises destinées à la liquidation, sera joint à ladite déclaration.

Tout emmagasinage de marchandises, de quelque importance qu'il soit en vue de ces liquidations est interdit.

Est notamment considéré comme emmagasinage interdit par l'alinéa précédent, le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux de l'exploitation en question, ainsi que toute mise en stock au cours de la liquidation.

Les liquidations pour cessation totale ou partielle du commerce impliqueront la renonciation à ce commerce respectivement à la vente des articles formant l'objet d'une liquidation partielle pendant une période de deux ans au moins.

(Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « En cas de cessation partielle au moins un rayon complet est à abandonner ».

**Art. 7.** Toute annonce publique de liquidation doit indiquer en même temps la cause de cette liquidation.

**Art. 8.** (Règl. g. -d. du 22 décembre 1981) « Les offres de vente ou ventes en détail, les offres de prestation ou prestations de services, comportant temporairement une réduction des prix et pratiquées en dehors des ventes spéciales ou liquidations, sont autorisées aux conditions suivantes :

- 1) le commerçant ne doit pas indiquer la cause de la réduction des prix ;
- 2) l'offre comportant des prix réduits ne doit pas indiquer sa durée ;
- 3) aucune référence ne doit être faite aux anciens prix. »

**Art. 9.** Une indication d'échelles de rabais doit désigner aussi clairement que possible les marchandises ou catégories de marchandises auxquelles les différents rabais se rapportent.

**Art. 10.** Les marchandises neuves ne peuvent être vendues sous forme de déballage, sans que le vendeur ait déposé au secrétariat de la commune où la vente doit avoir lieu, au moins quatre jours avant celui de l'ouverture de la vente, une déclaration en double expédition constatant la quantité, le nombre et la nature des objets, ainsi que le délai nécessaire à leur écoulement. Un des doubles lui sera remis avec le visa. Il lui est interdit de recevoir et de vendre d'autres marchandises que celles figurant dans l'inventaire déposé ou de dépasser le délai fixé.

## Nous exécutons tous travaux d'isolation

- a) **étanchéité** toitures, terrasses, caves, réfection et entretien
- b) **thermique** sous-toitures, greniers, murs et planchers, caves et toitures extérieures
- c) **magasin** tout pour l'isolation

**WILLY DOERNER** ESCH/ALZETTE – 110, rue de l'Alzette – téléphone : 54 01 58

# Anpassung der Mindestlöhne an die Lebenshaltungskosten

Gemäß einer Verlautbarung des Ministeriums für Arbeit und soziale Sicherheit, wurden die sozialen Mindestlöhne ab dem 1. August 1985 dem neuen Indexstand – 422,32 – angepaßt:

## I) Mindestlohn für Arbeitnehmer ohne Familienlasten

|                                      | Betrag<br>pro Monat | pro<br>Stunde | Grundbetrag<br>(Index 100)<br>pro Monat |
|--------------------------------------|---------------------|---------------|---|
| ab vollendetem 18. Lebensjahr (100%) | 27.979 F            | 161,73 F      | 6.625 F                                 |
| ab vollendetem 17. Lebensjahr ( 80%) | 22.383 F            | 129,38 F      | 5.300 F                                 |
| ab vollendetem 16. Lebensjahr ( 70%) | 19.585 F            | 113,21 F      | 4.637,5 F                               |
| ab vollendetem 15. Lebensjahr ( 60%) | 16.787 F            | 97,03 F       | 3.975 F                                 |

## II) Mindestlohn für Arbeitnehmer mit Familienlasten

|                                      | Betrag<br>pro Monat | pro<br>Stunde | Grundbetrag<br>(Index 100)<br>pro Monat |
|--------------------------------------|---------------------|---------------|---|
| ab vollendetem 18. Lebensjahr (100%) | 28.828 F            | 166,63 F      | 6.826 F                                 |
| ab vollendetem 17. Lebensjahr ( 80%) | 23.063 F            | 133,31 F      | 5.460,8 F                               |
| ab vollendetem 16. Lebensjahr ( 70%) | 20.180 F            | 116,65 F      | 4.778,2 F                               |
| ab vollendetem 15. Lebensjahr ( 60%) | 17.297 F            | 99,98 F       | 4.095,6 F                               |

Hinsichtlich der speziellen Auslegung der oben angeführten Bestimmungen über den Mindestlohn für Arbeitnehmer mit Familienlasten, wurden letztere wie folgt definiert:

1. Verheiratete Arbeitnehmer, sofern der andere Ehegatte keine berufliche selbständige oder lohnabhängige Tätigkeit ausübt; hierbei ist festzuhalten, daß bei einer selbständigen Tätigkeit kein entsprechender Vermerk auf der Lohnsteuerkarte eingetragen ist.
2. Ledige, verwitwete oder geschiedene Arbeitnehmer, sofern sie Nutznießer einer Steuerermäßigung im Sinne von Artikel 123 des Einkommensteuergesetzes vom 4. Dezember 1967 sind (Steuerklasse III).
3. Verheiratete Arbeitnehmer deren Ehegatte eine berufliche Tätigkeit ausübt, sofern sie Nutznießer einer Steuerermäßigung für wenigstens drei erhaltungsberechtigte Personen im Sinne von Artikel 123 des Einkommensteuergesetzes vom 4. Dezember 1967 sind (Steuerklasse III 3).

## III) Arbeitnehmer mit beruflichen Qualifikationen

Arbeitnehmer, welche eine berufliche Qualifikation nach den Bestimmungen des Artikels 4 vom 12. März 1973 nachweisen können, haben ab dem 1. August Anrecht auf einen Mindestlohn von:

- 33.575 F im Monat für einen Arbeitnehmer ohne Familienlasten
- 34.594 F im Monat für einen Arbeitnehmer mit Familienlasten.



## Calendrier des épreuves pratiques des examens de fin d'apprentissage, session 1985/2

### Professions de VENDEUR et de MAGASINIER

|                                 |                     |                        |                      |
|---------------------------------|---------------------|------------------------|----------------------|
| branches : articles de ménage : | lundi, 30 septembre | librairie, papeterie : | lundi, 7 octobre     |
| articles électriques :          | lundi, 30 septembre | accessoires auto :     | id.                  |
| jouets :                        | mardi, 1er octobre  | quincaillerie :        | id.                  |
| articles de ménage :            | mardi, 1er octobre  | alimentation :         | id.                  |
| couleurs :                      | mercredi, 2 octobre | alimentation :         | mardi, 8 octobre     |
| fleurs et plantes :             | id.                 | meubles :              | vendredi, 11 octobre |
| articles de sport :             | vendredi, 4 octobre | textiles :             | lundi, 14 octobre et |
| chaussures et cuirs :           | id.                 |                        | vendredi 25 octobre  |

### Profession d'EMPLOYE DE BUREAU :

banques et assurances :  
mardi, 8 octobre,  
mercredi, 9 octobre  
et vendredi, 11 octobre.

fiduciaires et branches diverses :

lundi, 16 septembre,  
mardi, 17 septembre,  
mercredi, 18 septembre  
et jeudi, 19 septembre.

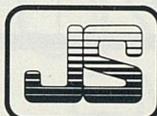
### Profession de CUISINIER et de GARÇON/SERVEUSE de restaurant

mardi, 10 septembre,  
mercredi, 11 septembre  
et jeudi, 12 septembre.

In unserem Angebot finden Sie auch

Wandkonvektoren  
Speicherheizung  
Elektro-Zentral-Feststoffspeicher

MATERIEL ET APPAREILS ELECTRIQUES EN GROS



**STEFFES**

70, Millewé  
Boîte Postale 1044

1010 LUXEMBOURG  
Tél. 49 33 33



## Besser hinfliegen als auf der Stelle treten!

nach den USA  
ab 19.980.- Franken  
hin und zurück!

Die Welt ändert schnell, in allen beruflichen Bereichen. In den USA sehen Sie schon heute, was sich morgen in Ihrem Sektor tun wird.

**Um beruflich nicht auf der Stelle zu treten, sehen Sie sich doch besser die Zukunft an Ort und Stelle an.**

**Studienreisen,  
Geschäftsreisen  
oder Gruppenreisen**

ab Flughafen Luxemburg direkt nach  
5 großen amerikanischen Zentren:

**New York  
Washington  
Chicago  
Detroit  
Orlando, Florida**

**ICELANDAIR**

Flughafen Luxemburg  
Tel. 47 98-2470



# L'EUROPE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE CHEZ VOUS



|           |                 |          |            |
|-----------|-----------------|----------|------------|
| NORVEGE   | PAYS-BAS        | SUEDE    | SUISSE     |
| FRANCE    | GRANDE-BRETAGNE | ITALIE   | LUXEMBOURG |
| ALLEMAGNE | BELGIQUE        | DANEMARK | ESPAGNE    |

 **EKOL** est une base de données recouvrant 300.000 des principales entreprises européennes.

Pour chaque entreprise les informations suivantes sont disponibles:

- Raison sociale
- Adresse complète
- Numéros de téléphone et de télex
- Effectif
- Produits fabriqués ou disponibles classés selon la nomenclature européenne Kompass
- Les Directeurs avec leur nom et leur fonction

 **EKOL** permet de:

- Sélectionner les entreprises à l'aide d'un ou plusieurs critères:
- Classer les sociétés sélectionnées dans un ordre choisi par critère (exemple: localisation.)
- Lister l'information sur les sociétés sélectionnées soit à l'écran soit sur imprimante.
- Editer sur le terminal du BATTELLE MEMORIAL INSTITUTE Genève - Suisse, des listes portant sur un nombre important d'entreprises ainsi que les étiquettes destinées aux opérations de mailings et adressées nommément aux Directeurs des entreprises sélectionnées.

 **EKOL** KOMPASS LUXEMBOURG 13, rue de Mühlenbach - 2168 LUXEMBOURG Tél. 47 18 47

## Propositions d'affaires

Les sociétés intéressées aux propositions d'affaires mentionnées ci-dessous sont priées de contacter la Chambre de Commerce.

### Représentations – Handelsvertretungen

- Société belge fabricant de boules à démaquiller, d'ouate hydrophile, de serviettes hygiéniques, de protège-slips cherche au Luxembourg une société pour distribuer les produits de sa fabrication.
- Société Import-Export luxembourgeoise cherche distributeur-gros-siste exclusif pour montres suisses.
- Société belge cherche partenaire pour commercialiser au Grand-Duché de Luxembourg des machines à coudre et des machines à écrire.
- Deutsche Firma, im Vertrieb von Baumaschinen, Asphaltanlagen, Gesteinzerkleinerungsanlagen sowie Drehmaschinen tätig, sucht Verkäufer/Agenten auf dem luxemburgischen Markt.
- Agent commercial luxembourgeois, habitant 22 ans la Bolivie, offre ses services aux entreprises luxembourgeoises et cherche représentation d'une fabrication/production du Grand-Duché de Luxembourg.
- Fabricant belge de poêle à bois recherche importateur/distributeur pour son produit au Luxembourg.
- **Proposition de coopération**
- Particulier français cherche association avec un luxembourgeois pour création d'une entreprise de fabrication de cible mobile cassable aux normes de la fédération internationale de tir en agile non cuit.
- Société belge recherche partenaire pour la création d'une petite entreprise au Grand-Duché de Luxembourg.

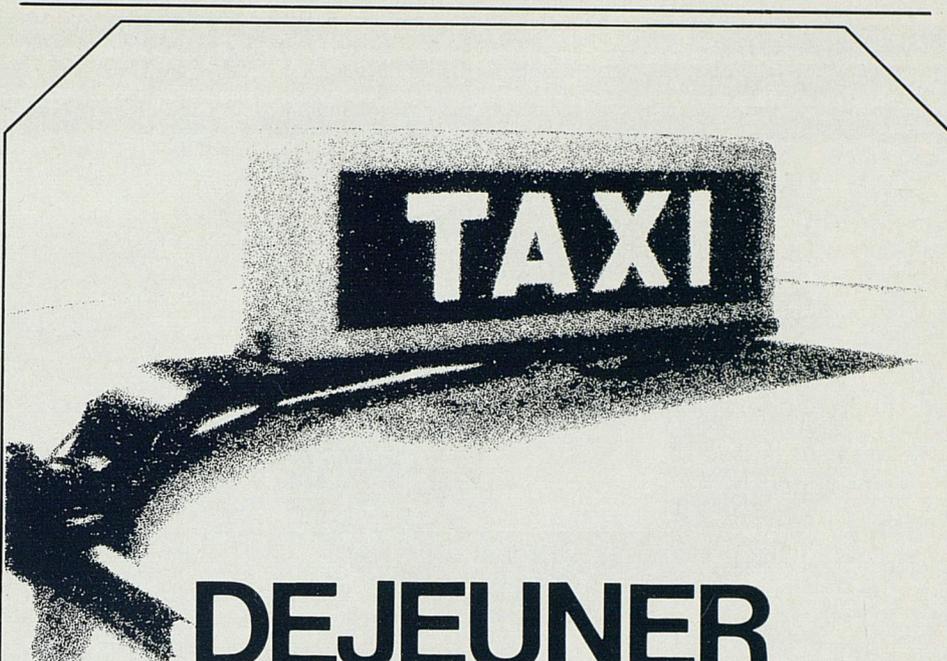
### Exporter vers l'Angleterre

- Société Anglaise offre ses services aux exportateurs luxembourgeois vers l'Angleterre.

**Société belge**, fabricant de produits céramiques et bétons destinés aux secteurs privé et public, cherche :

### un agent

pour le Grand-Duché de Luxembourg et Nord de la France (Alsace-Lorraine), bien introduit dans le secteur de la construction (revendeurs, entrepreneurs, architectes, industrie).



**DEJEUNER  
D'AFFAIRES  
ON VOUS Y  
EMMENE**

Pour vos déjeuners d'affaires, le service Inter-Continental commence à votre porte. Si vous vous trouvez sur le territoire de la ville de Luxembourg.

Sur simple appel téléphonique, nous vous enverrons un taxi qui vous conduira, vous et vos clients, gratuitement à l'hôtel. Où vous attendent une table réservée et les délicieuses spécialités gastronomiques de notre restaurant "Les Continents". Nous sommes à même de vous y servir en 90 minutes.

Si votre temps vous est compté, vous pourrez prendre un excellent repas à notre "Café Stiffchen" en 45 minutes. Vous serez ensuite ramenés en ville par nos soins. Et tous ces services supplémentaires vous sont offerts gracieusement.

Décidément, à l'Hôtel Inter-Continental, vos déjeuners d'affaires, c'est notre affaire.

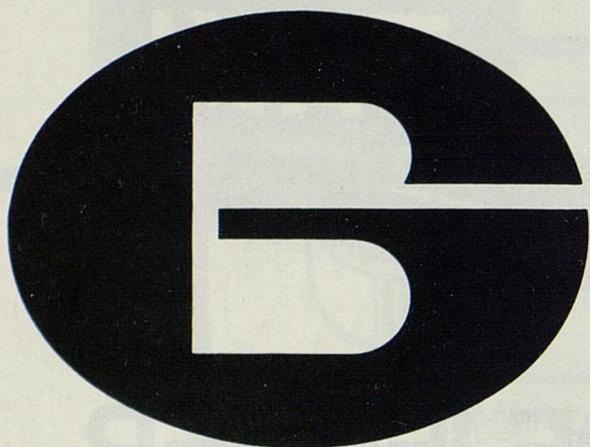
---

**HOTEL  
INTER•CONTINENTAL  
LUXEMBOURG**

---

AU LUXEMBOURG. L'AVANTAGE C'EST INTERCONTINENTAL.

Rue Jean Engling, 1466 Luxembourg,  
Téléphone 43781, Télex 3754, Téléfax 436095



**Banque  
Générale  
du Luxembourg**

Société anonyme

la banque  
au service de tous