

## Neuregelung der Bestimmungen über die Sonder- und Ausverkäufe

Zur Zeit ist die Handelskammer mit dem Entwurf eines großherzoglichen Reglementes über den unlauteren Wettbewerb befaßt. In der Hauptsache geht es hierbei um eine zeitgemäße Anpassung der Bestimmungen über die Sonder- und Ausverkäufe.

Das erklärte Ziel dieser Neufassung des bestehenden Reglementes vom 23. Dezember 1974 ist, den Auswüchsen entgegenzusteuern, die vor allem in den letzten Jahren anlässlich der Winter- und Sommerschlussverkäufe, sowie bei den, durch besondere Umstände bedingten Ausverkäufen, aufgetreten sind und zu teilweise anarchischen Zuständen geführt haben. Durch den vorliegenden Entwurf soll den Beschwerden der Berufsverbände, sowie aller, auf die Einhaltung der einschlägigen Gesetze bedachten Geschäftsleute weitestgehend Rechnung getragen werden.

Was die Ausverkäufe aus besonderem Anlaß, wie Umzug, Umbau, Geschäftsauf- oder Übergabe angeht, kann die Handelskammer Zeugnis ablegen über so manche Praktiken, die, unter Ausnutzung bestehender Textlücken, bislang ungestraft angewandt werden konnten. Auf Grund der aktuellen Bestimmungen obliegt es nämlich der Handelskammer, die Erklärung derartiger Ausverkäufe entgegenzunehmen und einzutragen. Hierbei handelt es sich um eine ausschließlich passive Funktion, da die Handelskammer, entgegen allgemeiner Auffassung, nicht berechtigt ist, eine Kontrolle über die Einhaltung der einschlägigen Bestimmungen durchzuführen. Gleichwohl hat die Handelskammer nie versäumt, bei der Empfangsbestätigung der Ausverkaufserklärung auf die beim Veranstalter liegende Verantwortung für die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften, hinzuweisen. Bei offensichtlichen Verfehlungen wird außerdem jedesmal telefonisch bei den betreffenden Geschäftsleuten vor dem drohenden Strafverfahren gewarnt, wonach meistens die Einstellung der unlauteren Praktiken erfolgt.

Der vorliegende Entwurf enthält nunmehr, was die Prozedur bei Ausverkäufen angeht, eine grundlegende Neuerung. Künftig müssen Ausverkäufe vom Wirtschafts- und Mittelstandsmi- nister, nach vorheriger Begutachtung durch die zuständigen Berufskammern, genehmigt werden. Der diesbezügliche Antrag muß dreißig Tage vor dem Anfang des Ausverkaufs eingereicht werden. Auch darf ein Ausverkauf nicht im Laufe der Monate Juni und Dezember, d.h. während der den jeweiligen Saisonschlussverkäufen vorausgehenden drei bis vier Wochen, beginnen.

Ausverkäufe zu Rabattpreisen sind fürderhin aus folgenden Gründen zulässig:

1. Ausführung eines Gerichtsurteils (neu)
2. Totale Geschäftsaufgabe (wie bisher)
3. Umänderungen die rein baulicher Natur sind und die Schließung des Geschäftslokals während einer Woche bedingen (neu in dieser Form)

4. Umzug (wie bisher)

5. Schwere Beschädigungen der Warenbestände bei Katastrophenfällen (neu)

6. Öffentlicher Versteigerungsverkauf von neuwertigen Waren (neu)

Die ministerielle Genehmigung muß im Geschäftslokal öffentlich angebracht werden.

Dem Reglementsentwurf zufolge sollen die Saisonsausverkäufe (soldes) zu Anfang der Sommer- und Wintersaison stattfinden. Die betreffenden Zeiträume werden jährlich durch Ministerialbeschuß festgelegt. Die diesbezügliche Werbung darf erst am letzten Arbeitstag vor Beginn der Ausverkaufsperiode anfangen.

Verkäufe zu zeitweilig ermäßigten Preisen sind auch weiterhin zu den bisherigen Bedingungen möglich.

Neu ist, daß künftig, außerhalb der Schlussverkäufe, sogenannte Restposten einer auslaufenden Artikelserie auf beschränktem Raum, z.B. in Rabattkörben, zu reduzierten Preisen angeboten werden können. Hierbei müssen die alten und neuen Preise angegeben werden. Von dieser Regelung sind die Lebensmittelprodukte ausgenommen. Desweiteren darf für diese Sonderangebote nicht außerhalb des Geschäftslokals geworben werden.

Bislang war es dem Schöffenrat einer jeden Gemeinde erlaubt, pro Jahr eine Braderie an einem bestimmten Tag zu veranstalten. Da es inzwischen üblich wurde, neben der offiziellen Braderie mehrere andere braderieähnliche Straßenverkäufe oder Verkaufstage abzuhalten, ohne daß dabei Rabatte zugestanden werden konnten, wird in dem vorliegenden Textentwurf die dem Schöffenrat zugestandene Befugnis auf drei Braderien pro Jahr ausgedehnt.

Von einer gewissen Tragweite und, aus der Sicht der Geschäftswelt begrüßenswert, dürfte außerdem die Abänderung von Artikel 1 des großherzoglichen Beschlusses vom 23. Dezember 1974 sein, derzufolge in Zukunft auch jene Personen oder Vereinigungen ohne Gewinnzwecke des unlauteren Wettbewerbs bezichtigt werden können, welche eine geschäftliche, industrielle oder handwerkliche Tätigkeit ausüben, ohne jedoch als Kaufmann oder Handelsgesellschaft, sei es im geschäftlichen, industriellen oder handwerklichen Bereich, im Sinne des Handelsgesetzbuches und des Niederlassungsrechts, zu gelten. Durch diese Ausweitung von Artikel 1 dürfte den, von beruflicher Seite öfters angeprangerten unlauteren Geschäftspraktiken von Nichtkaufleuten ein gesetzlicher Riegel vorgeschoben werden.

Die Klage- und Strafverfahren werden in ihrer jetzigen Form belassen, außer daß die bisher vorgesehene, jedoch nie angewandte Gefängnisstrafe wegfällt, während die Höchstgeldstrafe bis zu zwei Millionen Franken erhöht wird.

(Fortsetzung Seite 2)

(Fortsetzung von Seite 1)

Wie eingangs erwähnt, kommt der Reglementsentwurf den Beanstandungen der verschiedenen Berufsvertretungen an den z.Zt. geltenden Bestimmungen in mancher Hinsicht entgegen und ist daher, vorbehaltlich einiger erforderlicher Anpassungen, grundsätzlich als positiv zu werten.

Eines darf man jedoch nicht verschweigen. Es fällt auf, daß der Reformvorschlag der Regierung, wengleich die Ausverkäufe künftig genehmigungspflichtig werden, keinerlei Angaben über die Kontrolle der Einhaltung der neuen Bestimmungen enthält. Gewisse Anzeichen deuten jedoch darauf hin, daß die Regierung beabsichtigt, das Preisamt in eine Wirtschaftsprüfung umzufunktionieren und es mit erweiterten Befugnissen auszustatten, zu denen auch die Überwachung der Befolgung des großherzoglichen Beschlusses über den unlauteren Wettbewerb gehören soll. Die Handelskammer, die allen staatlichen Eingriffen in die freie Unternehmenssphäre kritisch gegenübersteht, möchte vorab davor warnen, neben der oft schwerfälligen Preiskontrolle, auch noch die Überwachung

des Geschäftsgebarens einer ausschließlich aus Funktionären zusammengesetzten Behörde zu überlassen. Wenn schon eine Überwachung bestehen muß, um den neuen Vorschriften genügend Wirkung zu verschaffen, so soll diese einer paritätischen Kommission überantwortet werden, die neben Regierungsbeamten ebenfalls Vertreter der zuständigen Berufskammern umfaßt und in erster Instanz die Zuwiderhandlungen gegen die Bestimmungen über den unlauteren Wettbewerb feststellt und mittels Transaktion ahndet, während in schwerwiegenden Fällen oder bei wiederholten Überschreitungen, außer den hierfür vorgesehenen Strafen, ein Entzug der Handelsermächtigung wegen Verlust der beruflichen Ehrbarkeit beim Wirtschafts- und Mittelstandsminister erwirkt werden kann.

Letztlich sollten jedoch Disziplin und Selbstkontrolle die besten Garanten für eine loyale Konkurrenz sein.

Die Handelskammer wird zu gegebener Zeit auf ihr offizielles Gutachten zum vorliegenden Textentwurf der Regierung zurückkommen.

## Electrolux – Neue Vertriebshallen auf Howald

In Präsenz von Staatssekretär J. Lahure und zahlreichen Vertretern aus Politik und Wirtschaft, weihte der in Luxemburg bereits über zwei Produktionsstätten in Vianden und Hosingen verfügende Electrolux-Betrieb, am Mittwoch, den 20. November, seine 1000 Quadratmeter große Lager- und Verkaufshalle auf Howald ein.

Somit verfügt die 1980 gegründete Großhandelsstruktur der Electrolux für Luxemburg jetzt über eine zentralisierte Infrastruktur für Verkauf, Service und Lager mit dem Ziel einer besseren Bedienung des Marktes, sowohl im Weißwarengeschäft und im Vertrieb anderer Produkte der Elec-

trolux, als auch in Verkauf von elektrotechnischen Produkten anderer Firmen.

Betreffend den aktuellen Stand und die zukünftige Entwicklung der Electrolux, die etwa 330 Leute in Luxemburg beschäftigt, hob Firmenchef A. Wannborg hervor, daß die Produktionsstätte Vianden, aus geographischen Gründen nicht mehr ausbaufähig, besonders die Standardprodukte in erweitertem Maße herstellen wird, wohingegen das im letzten Jahr erworbene Werk „Camping Freeze“ in Hosingen systematisch ausgebaut wird und vornehmlich den neuen Produkten der Division Sint vorbehalten ist.

Aufbauend auf eine intensive Entwicklungsarbeit, die von 20 Mitarbeitern ausgeführt wird und mehr als 5% des Umsatzes in Anspruch nimmt, wird die Firma 1985 die Umsatzwelle von 1 Milliarde Lux Franken überschreiten, wobei hervorzuheben bleibt, daß 40% dieses Umsatzes mit Produkten erzielt wird die 1979 noch nicht im Programm der Firma waren.

Für das kommende Jahr, erwartet die Firma einen weiteren Zuwachs, getragen vor allem im Impfstofftransport- und zivilen Bereich und ergänzt durch die neue Produktreihe von elektrischen Kühlschränken.

**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

### Avis aux employeurs

Nous avons l'honneur de porter à votre connaissance que le Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse vient d'informer la Chambre de Commerce **que quelque 30 candidats – EMPLOYES DE BUREAU n'ont pas encore pu conclure un contrat d'apprentissage avec un patron-formateur** leur permettant de terminer leur formation sanctionnée par un CATP (Certificat d'Aptitude technique et professionnelle).

Cette formation s'étend sur une durée de 3 ans qui se répartissent sur 2 années d'enseignement à plein temps au lycée technique (10<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> classes des régimes technique ou professionnel) **suivies d'une année de formation pratique (initiation professionnelle) dans l'entreprise sous contrat d'apprentissage**, accompagnée de cours professionnels concomitants dispensés au lycée technique.

La formation dans l'entreprise consiste dans l'initiation des apprentis aux travaux pratiques dans l'une des **3 options** suivantes :

- secrétariat
- gestion-comptabilité
- commerce-banque

Elle facilite ainsi aux jeunes le passage de l'école à la vie active par une introduction concrète dans les réalités du monde économique.

Les **cours professionnels** d'accompagnement dispensés dans un lycée technique ont lieu normalement pendant 1 journée ou 2 demi-journées hebdomadaires, le restant de la semaine de travail étant réservé à la pratique professionnelle.

Les **indemnités brutes des apprentis** qui sont âgés de 17 ans en moyenne se situent autour de 18.000.- F, indice actuel.

Il est à noter que les **clauses du contrat d'apprentissage** prévoient notamment

- que durant les 3 premiers mois à dater du commencement de l'apprentissage, chacun des contractants est en droit de résilier sans préavis le contrat d'apprentissage (**période d'essai**)

– que le contrat prend **automatiquement fin** à l'expiration du mois au cours duquel l'apprenti passe avec succès l'examen de fin d'apprentissage. Dans le cas contraire le contrat se trouvera prorogé jusqu'à l'examen suivant (quelque 6 mois) mais expirera à cet examen, même en cas d'insuccès.

– que le contrat **n'entraîne pas pour le patron l'obligation de continuer à occuper l'apprenti après la fin de l'apprentissage.**

Si dans ces conditions, vous entrevoiez la possibilité de recevoir un ou plusieurs apprentis en stage de formation dans votre entreprise, nous vous serions obligés de vous adresser au **service de l'orientation professionnelle de l'Administration de l'Emploi** de votre région.

Il va sans dire que notre service de la formation professionnelle se tient à votre entière disposition pour de plus amples renseignements.

## Ceodeux – Ein echt Luxemburger Betrieb baut aus

Am Donnerstag, den 21. November hat die Firma CEODEUX, im Beisein von Staatssekretär Lahure, offiziell ihre erweiterten Produktionshallen und das renovierte Verwaltungsgebäude in Lintgen eingeweiht.

Die 1921 gegründete Firma investierte in den letzten 4 Jahren mehr als 200 Mio Lux Franken und erhöhte die Belegschaft in derselben Zeit von 120 auf 200 zum Teil hochqualifizierte Leute.

In der 3.300 qm großen neuen sehr attraktiv gestalteten Halle werden auf hochmodernen Werkmaschinen so z.B. intelligente Roboter, numerisch gesteuerte Drehbänke, usw., Ventile aller Arten und Dimensionen hergestellt. Diese Produkte werden in mehr als 45 verschiedene Länder exportiert.

Die Produktionsmethoden greifen auf modernste rechnergestützte Techniken zurück und wurden in Zusammenarbeit mit der Universität Erlangen/Nürnberg und dem Centre Uni-

versitaire in Luxemburg erstellt. Intern arbeiten 16 Leute in der Abteilung Forschung und Entwicklung.

In seiner Ansprache rief Firmenchef J. Ch. Schmitz die Regierung auf, im Interesse dynamischer Luxemburger Betriebe, die Schulung der jungen Leute, besonders im Hinblick auf den Umgang mit neuen Technologien, an

die wirtschaftlichen und technischen Realitäten der Betriebe anzupassen.

Außerdem müßte, vor allem auf steuerlicher Ebene, ein günstiges Umfeld für die investitionswilligen Unternehmen geschaffen werden, die auf längere Sicht der einzige Garant sind für eine Absicherung der Arbeitsplätze auf dem Luxemburger Markt.

In unserem Angebot finden Sie auch

Heizkissen  
Bettwärmer  
Heizdecken

MATERIEL ET APPAREILS ELECTRIQUES EN GROS

**STEFFES**

70, Millewé  
Boîte Postale 1044

1010 LUXEMBOURG  
Tél. 49 33 33

# Der Konzentrationsprozeß im luxemburgischen Lebensmittelhandel

*Ein Vorgang der auch im luxemburgischen Handel völlig neue Dimensionen angenommen hat und unter den aktuellen Handelsproblemen eine beherrschende Stellung einnimmt ist zweifelsohne der Konzentrationsprozeß im Lebensmitteleinzelhandel. Weil die Vorstellungen darüber, was unter Konzentration zu verstehen ist, sehr heterogen sind, hat der STATEC im September dieses Jahres, eine aktualisierte Studie über die Strukturentwicklungen im luxemburgischen Lebensmitteleinzelhandel publiziert.*

Die Entwicklung des luxemburgischen Handels und die damit einhergehende Dynamik war in den letzten Jahren häufig Gegenstand von Podiumdiskussionen und Presseartikeln. Der Streit um den Stellenwert der Supermärkte und Einkaufszentren hält unvermindert an, wenngleich er mit der Zeit an Heftigkeit verloren hat. Nichtsdestoweniger melden sich jedesmal, wenn Informationen oder auch nur Gerüchte über geplante Neugründungen zu hören sind, die Wortführer des traditionellen Kleinhandels als auch die der Konsumenten mit den gegensätzlichsten Stellungnahmen zu Worte.

Dieser Diskussionshintergrund kann als ein Indiz dafür gewertet werden, daß in kaum einem anderen Bereich unserer Wirtschaft, wenn man einmal von der Stahlindustrie absieht, in den zurückliegenden Jahren so starke Wandlungsvorgänge stattgefunden haben, wie in der Warendistribution. All dies berücksichtigend wurde die nun vorliegende STATEC-Analyse mit Hinblick auf den Impakt der Großverkaufsflächen und des sogenannten integrierten Handels (Groß- und Einzelhandelsbetriebe mit mehreren Filialen) realisiert um u.a. und demzufolge deren reale Marktanteile in bezug auf den Einzelhandelsumsatz mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren zu bestimmen. Ziel dieser von der Regierung in Auftrag gegebenen Analyse sollte bzw. ist es daraus Schlußfolgerungen für den luxemburgischen Handelsapparat zu ziehen und gleichzeitig die Grundlage für die zukünftige Regierungspolitik in Sachen Einpflanzung von neuen Großverkaufsflächen zu bilden.

## Die Abgrenzungskriterien und statistischen Variablen

Die Abgrenzungskriterien, welche bei der Datenerhebung dieser STATEC-Studie vom September 1985 zur Aufgliederung der luxemburgischen Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen in verschiedene Betriebstypenklassen herangezogen wurden, lassen sich wie folgt stichwortartig definieren:

- **der Umsatz**; er bezieht sich ohne Mehrwertsteuer, jedoch einschließlich aller anderen Steuern und Taxen, auf den Umsatz der von den jeweiligen Unternehmen während des Referenzjahres getätigt worden ist;
- **die Verkaufsfläche**; unter dem Begriff der Verkaufsfläche versteht man nur jenen Teil der Ladenfläche, zu der die Kundschaft freien Zugang hat. Nicht einbezogen sind also Lager-, Verwaltungs- und sonstige Nebenflächen;

- **das Personal**; dem Personalfaktor werden sowohl alle die mit den jeweiligen Unternehmen in einem Arbeitsverhältnis stehenden Angestellten und Arbeiter zugechnet, als auch die Unternehmenseigner und deren Familienangehörigen.

## Die Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Mittels dieser Abgrenzungskriterien ist es möglich den luxemburgischen Lebensmitteleinzelhandel in verschiedene Betriebstypen beziehungsweise Größenklassen einzuteilen.

## Die sogenannte Großverkaufsfläche

Mit dem Begriff der sogenannten „grande surface“ hat sich im luxemburgischen Sprachgebrauch eine Definitionsvokabel eingebürgert, die statistisch gesehen, Geschäfte aus dem Nahrungsmittelbereich mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche bezeichnet und also sowohl die Supermärkte als auch die Hypermärkte miteinbezieht.

## Die Superette

Der luxemburgische Definitionsbegriff „Superette“ bezeichnet einen Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 200 und maximal 399 qm vorwiegend Nahrungs- und Genußmittel aller Art, einschließlich Frischwaren (Obst, Gemüse und Fleisch) anbietet. Der Vollständigkeit halber, sei angemerkt, daß in Frankreich die Verkaufsfläche einer Superette zwischen 100 und 400 qm beträgt; statistischer Gründe wegen jedoch beträgt die Verkaufsfläche der luxemburgischen Superette zwischen 200 und 399 qm. All jene Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe, die über eine Verkaufsfläche von weniger als 200 qm verfügen sind die sogenannten Feinkostgeschäfte und „épiceries“.

## Der Supermarkt

Gemäß der Definition der STATEC ist der Supermarkt ein Selbstbedienungsgeschäft, das vorwiegend Lebensmittel anbietet, über eine Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.499 qm verfügt und entweder als eigenständiges Geschäft oder als eine bestimmte Abteilung innerhalb eines größeren Geschäftes beziehungsweise Einkaufszentrums operiert. Die STATEC-Verantwortlichen machen im Rahmen ihrer Begriffsbestimmung darauf aufmerksam, daß im Laufe der Datenerhebung nicht unterschieden

werden konnte zwischen denjenigen Betrieben, die innerhalb ihres Gesamtsortimentes Frischfleisch führen, und jenen, bei denen dies nicht der Fall ist; demzufolge wurde jede Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.499 qm als Supermarkt identifiziert und statistisch aufgenommen. Nebenbei sei noch vermerkt, daß beim Großteil der somit erfaßten Supermärkte eine Metzgerei vorhanden ist, wengleich diese sehr oft, gemäß dem Shop-in-the-shop-Prinzip eine wirtschaftlich selbständige Einheit bildet.

## Der Hypermarkt

Laut STATEC-Definition ist der Hypermarkt ein Einzelhandelsgeschäft mit mehr als 2.500 qm Verkaufsfläche, das ein breites Sortiment an Lebensmitteln und Gebrauchsgütern ausschließlich oder vorwiegend in Selbstbedienung anbietet und über einen ausgedehnten Kundenparkplatz verfügt.

## Das Einkaufszentrum oder „shopping center“

Das Einkaufszentrum ist eine geplante räumliche Konzentration von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben die außerhalb der Städte und Siedlungsgebiete, jedoch mit guten Verkehrsmöglichkeiten angesiedelt sind. Das Einkaufszentrum ist demzufolge keine betriebliche Einheit, sondern zeichnet sich durch eine Mehrzahl, wenn nicht sogar eine Vielzahl von Anbietern aus, die mit der gesamten Anziehungskraft ihres umfassenden Waren- und Dienstangebotes den Konsumenten zur Verfügung stehen.

## **Einige juristische und statistische Aspekte**

Bedingt durch den Umstand, daß das luxemburgische Niederlassungsrecht die unmittelbare Errichtung oder Eröffnung einer Großverkaufsfläche oder eines Kaufhauses mit mehreren Abteilungen bzw. Waren aus mehreren Branchen nicht zuläßt, ergeben sich bei der Erfassung und Zuordnung von statistischen Daten, im Hinblick auf Umsatz, Personal und Verkaufsfläche einige nicht unerhebliche Probleme.

Dies berücksichtigend bezeichnet die vorliegende STATEC-Studie als eine Verkaufseinheit alle in demselben Lokal untergebrachten Tochter- oder Nachfolgesellschaften und wo sämtliche gekauften Waren dieselbe Kasse beziehungsweise Kassenzone durchlaufen. Dabei ist es irrelevant, ob in dem jeweiligen Handelsunternehmen, entsprechend der luxemburgischen Gesetzgebung, mehrere Branchen unter dem Namen juristisch getrennter Personen oder gemäß dem Shop-in-the-shop-Prinzip von außenstehenden Unternehmen (im Brot- und Backwarenereich sowie Obst und Gemüse) geführt werden. Ausschlaggebend ist, daß der Betrieb als eine wirtschaft-

liche Einheit gilt und der Autorität einer einzigen Direktion unterliegt.

## **Der integrierte Handel**

Mittels dieses Begriffes werden jene Handelsunternehmen bezeichnet, die sowohl die Groß- als auch die Einzelhandelsbetriebsformen in sich vereinigen und entweder eine Großverkaufsfläche mit mehreren Warenabteilungen und/oder mehrere Filialbetriebe betreiben. Hierzu zählt die vorliegende STATEC-Studie „Etude sur la situation du secteur de la distribution alimentaire au Grand-Duché“ die folgenden Handelsunternehmen oder Gruppen:

- Cactus
- Monopol
- Match
- M. le Géant
- Fischer (Brot und Backwaren)
- Emo (Fleisch und Wurst)
- Les Coopératives de Consommateurs

## **Der Abschmelzungsprozeß der Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe und deren Umsatzentwicklung seit 1975**

Das vorliegende statistische Datenmaterial gibt Aufschluß darüber, daß die Gesamtzahl der Einzelhandelsgeschäfte, die den Handel mit Lebensmitteln, Tabak, Getränken und Brot sowie Backwaren betreiben in den letzten 10 Jahren um mehr als 27% zurückgegangen ist. Der Umstand, daß während des gleichen Zeitraumes eine, insgesamt gesehen, sehr positive Umsatzentwicklung von durchschnittlich + 10,2% per anno festgestellt werden konnte, veranschaulicht umso mehr den Betriebschwund im Lebensmitteleinzelhandel, wo die Zahl der Lebensmittelgeschäfte von 1987 Betriebseinheiten auf 1450 Betriebseinheiten zurückgegangen ist.

Diese globale Aussage muß jedoch im Hinblick auf die verschiedenen Branchen beziehungsweise Untergruppen und Positionen der NACE-Positionen 641/2 und 419 (Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte und Bäckereibetriebe) differenziert werden. So kann beispielsweise festgehalten werden, daß der markanteste Rückgang an Betriebseinheiten in der Klasse der sog. Tante-Emma-Läden oder „épiceries“ verzeichnet werden mußte (- 41,3%), während die Anzahl der Feinkostgeschäfte und Metzgereien nur um 8,8% beziehungsweise 15,3% zurückgegangen ist. Auch die Anzahl der handwerklichen Bäckereibetriebe (die sog. Warmbäcker) ist um mehr als ein Drittel zurückgegangen und statt der 69 Konditoreien und Feinbäckereien im Jahre 1975, konnten im Jahre 1984 deren nur noch 56 gezählt werden. Demgegenüber hat sich die Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte, welche

## **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

# DOSSIER

ausschließlich mit Brot und Feinbackwaren handeln, mehr als verdoppelt; es ist dies eine Entwicklung die einhergeht mit der wachsenden Bedeutung des industriellen Bäckereiwesens.

Die nachstehende Tabelle veranschaulicht den oben diskutierten Abschmelzungsprozeß der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte und der Bäckereibetriebe während des Zeitraums 1975-1984.

NACE	Arten der EH-Betriebe	1975	1979	1980	1981	1982	1984
	Insgesamt	1.987	1.722	1.616	1.556	1.527	1.450
641/2	Nahrungs- und Genußmittel, Tabak und Getränke	1.648	1.447	1.354	1.315	1.296	1.221
641.1	Gemischtes Warensortiment mit Lebensmitteln, Tabak und Getränken	867	683	630	594	574	509
641.2	Obst und Gemüse	70	68	64	57	59	56
641.3	Milch, Käse, Eier, Öle und Fette	99	91	85	87	87	92
641.4	Frischfleisch, Wurst und Fleischwaren	308	284	273	276	267	261
641.5	Fisch, Schalen- und Krustentiere	16	13	12	11	12	15
641.6	Geflügel und Wild	8	6	5	5	5	5
641.7	Brot	16	26	27	28	36	38
641.8	Backwaren und Feingebäck	12	17	19	21	19	20
641.9	Konditoreiwaren	37	31	27	25	23	25
642.1	Getränke	166	168	156	157	161	152
642.2	Tabakwaren	37	42	38	35	35	33
642.3	Sonstige Warengruppen im Lebensmittelbereich	12	18	18	19	20	17
419	Bäckereien und Konditoreien	339	275	262	241	231	229
419.2	Handwerkliche Bäckereibetriebe	270	210	202	289	177	173
419.3	Konditoreien	69	65	60	53	54	56

## Die räumliche Verteilung der Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe im Großherzogtum Luxemburg

Die vorliegende STATEC-Studie vermittelt des weiteren einen Überblick darüber inwieweit sich der Konzentrationsprozeß im Lebensmitteleinzelhandel in den verschiedenen Regionen des Landes ausgewirkt hat. Es fällt hierbei auf, daß bei einem gesamten Rückgang der Anzahl der Unternehmen von 23,2% im Zeitraum 1975-1982, der Abschmelzungsprozeß des traditionellen Kleinhandels insbesondere im Süden des Landes stattgefunden hat. Während im Norden und Osten des Landes die Anzahl der Unternehmen lediglich um 18,8% beziehungsweise 18,9% zurückgegangen ist, muß für den gleichen Zeitraum im Süden des Landes ein Betriebschwund von 27,2% festgestellt werden.

Der also vergleichsweise weniger starke Abschmelzungsprozeß im Norden und Osten des Landes geht einher mit einer gleichfalls in diesen Regionen des Landes beobachteten weit überdurchschnittlichen Umsatzentwicklung von + 206% im Norden und + 214% im Osten während des Zeitraumes 1975 bis 1982. Diese sehr starke Umsatzentwicklung mit mehr als + 200%, im Vergleich zu der gesamten Umsatzentwicklung von „lediglich“ + 109% im luxemburgischen Lebensmitteleinzelhandel, ist insbesondere auf den regen Verkauf von Alkoholika, Benzin und Tabakwaren an ausländische Konsumenten zurückzuführen.

Die nachstehenden Tabellen veranschaulichen den Abschmelzungsprozeß und die Umsatzentwicklung der Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe (einschließlich der Bäckereien und Konditoreien) in den verschiedenen Regionen des Landes:

ANZAHL DER EH-BETRIEBE IN DEN JAHREN 1975 und 1982 (Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren)														
GH Luxemburg			Regionen											
insgesamt			Zentrum			Süden			Osten			Norden		
75	82	%	75	82	%	75	82	%	75	82	%	75	82	%
1987	1527	-23,2	569	440	-22,7	766	558	-27,2	285	231	-18,9	367	298	-18,8

## UMSATZENTWICKLUNG DER EH-BETRIEBE IN DEN JAHREN 1975 bis 1982 (in Mio. Flux) (Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren)

GH Luxemburg			Regionen											
insgesamt			Zentrum			Süden			Osten			Norden		
75	82	%	75	82	%	75	82	%	75	82	%	75	82	%
12374,3	25815,9	+109	4848,8	9045,3	+85,5	5421,9	7482,5	+65,5	1350,2	4238,0	+213,8	1653,3	5050,1	+205,4

### Die Entwicklung der Großverkaufsflächen im Lebensmittelbereich

Der oben diskutierte und tabellarisch dargelegte Abschmelzungsprozeß des traditionellen Kleinhandels ist natürlich im besonderen auf die Anfang der 70er Jahre sehr starke Umsatzentwicklung der sog. Großverkaufsflächen sprich Super- und Hypermärkte zurückzuführen. Wie aus dem vorliegenden Datenmaterial ersichtlich ist, erlebte die Struktur des luxemburgischen Einzelhandels im Lebensmittelbereich im Laufe der letzten 13 Jahre einen starken Wandel.

Dieser Aspekt der „Dynamik der Betriebsformen“ ist sonder Zweifel auch auf den Verdrängungswettbewerb zurückzuführen, mittels welchem sich die neuen SB-Betriebsformen auch in Luxemburg, hauptsächlich mit Hilfe der Preispolitik, Zugang zum Markt verschafft haben. Die vordringenden Super- und Hypermärkte profitierten nicht nur von der allgemeinen Expansion des Einkommens, der Verbrauchernachfrage und des Handelsvolumens, sondern drangen auch auf Kosten der bestehenden Betriebe vor. Dies trifft insbesondere für den Lebensmittelbereich zu und läßt sich aus den nachstehenden Zahlenwerten eindeutig ablesen.

Während die großflächigen Betriebseinheiten mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche eine kontinuierliche positive Umsatzentwicklung ausweisen und ihren Marktanteil von 32,9% im Jahre 1975 auf 46,8% im Jahre 1984 ausweiten konnten, ging diametral der Marktanteil des traditionellen Kleinhandels bzw. der sogenannten Tante-Emma-Läden kontinuierlich zurück. Hierbei fällt jedoch auf, daß der Marktanteil der über 600 qm Großverkaufsflächen seit 1979 rückläufig und von 35,8% im Jahre 1979 auf 32,5% im Jahre 1984 zurückgegangen ist, während die kleineren Supermärkte (400-599 qm) ihren relativen Marktanteil von 4,8% im Jahre 1979 auf 14,3% im Jahre 1984 ausbauen konnten. Der Grund hierfür liegt jedoch weniger in einer negativen Umsatzentwicklung dieser „größeren“ Großverkaufsflächen als vielmehr in der Neueröffnung von „mittleren“ Supermärkten bis maximal 600 qm Verkaufsfläche während des Zeitraumes 1979 bis 1984.

Diese Entwicklung ist sonder Zweifel auf das Niederlassungsgesetz vom 26. August 1975, welches die Eröffnung eines Einzelhandelsbetriebes mit mehr als 600 qm Verkaufsfläche von einer speziellen Genehmigung ab-

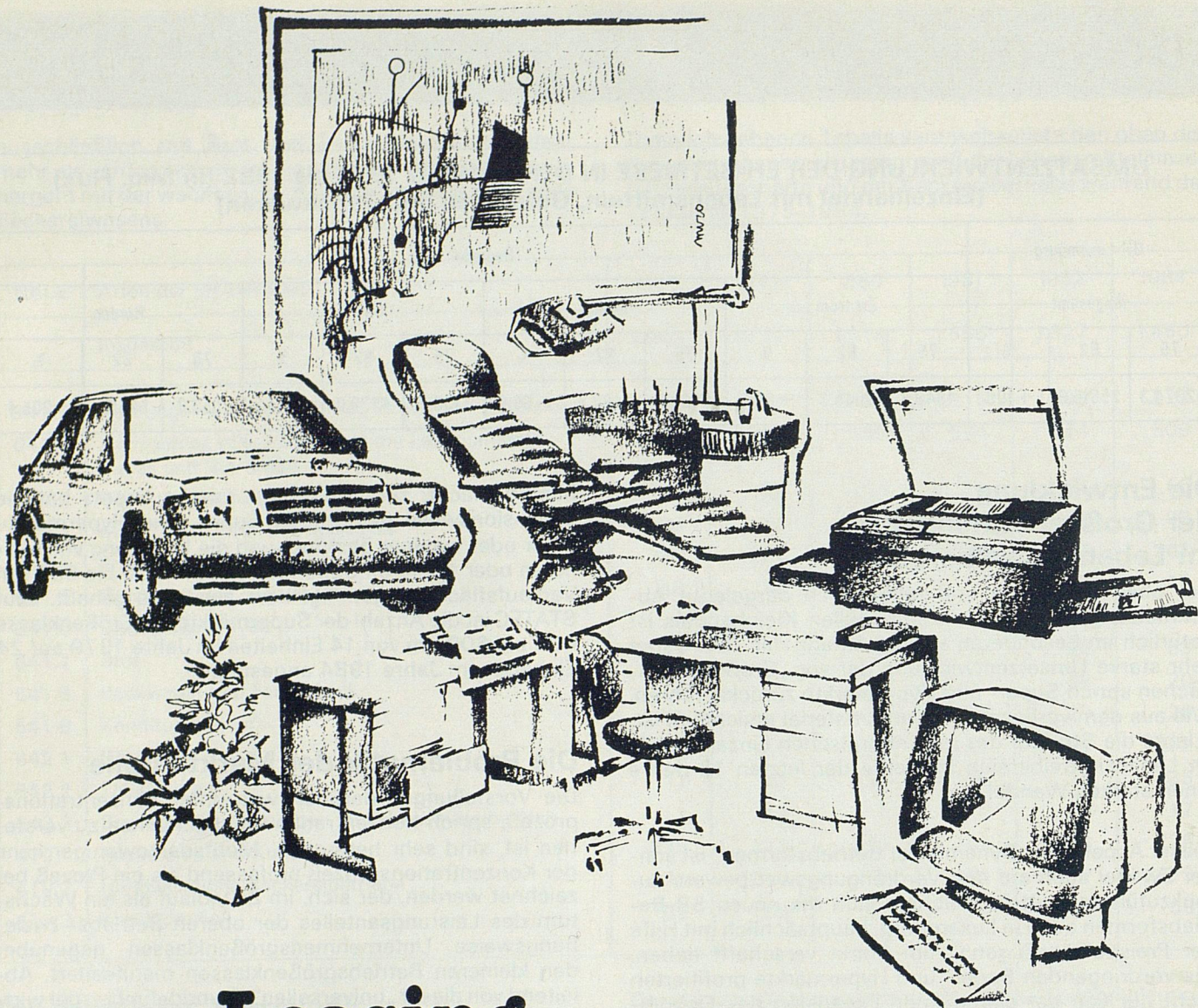
hängig macht, zurückzuführen. Dieses Gesetz hat die Expansionswelle der großen Super- und Hypermärkte mehr oder weniger gestoppt und die Eröffnung von kleineren oder mittleren Supermärkten mit 400 bis 600 qm Verkaufsfläche begünstigt bzw. zur Folge gehabt. Laut STATEC ist die Anzahl der Supermärkte der Größenklasse 400 bis 600 qm von 14 Einheiten im Jahre 1979 auf 24 Einheiten im Jahre 1984 angestiegen.

### Die Problematik der Marktanteile

Die Vorstellungen darüber, was unter Konzentrationsprozeß, sprich Konzentration im allgemeinen zu verstehen ist, sind sehr heterogen. Nichtsdestoweniger kann der Konzentrationsprozeß umfassend als ein Prozeß bezeichnet werden, der sich, im Zeitablauf als ein Wachstum des Leistungsanteiles der oberen Betriebsbeziehungsweise Unternehmensgrößenklassen gegenüber den kleineren Betriebsgrößenklassen manifestiert. Ableitend von dieser „universellen“ Grunddefinition der wirtschaftlichen Konzentration, kann der Begriff der Konzentration auch „handelsspezifisch“ definiert werden.

Unter der Konzentration im Handel wird die Vergrößerung und Zusammenballung von Marktanteilen in einer Hand und in der hier diskutierten Problematik innerhalb einer Betriebsform beziehungsweise Betriebsklasse verstanden. Dabei kann es sich sowohl um einzelne Betriebe, einzelne Unternehmungen (Zusammenfassung mehrerer Verkaufsstätten in Filialbetrieben) als auch um Gruppen selbständiger Unternehmen handeln, die sich zum Zwecke der Wahrnehmung gemeinsamer Aufgaben in Einkaufsvereinigungen oder freiwilligen Ketten unter mehr oder weniger einheitlicher Leitung zusammenschließen.

In diesem Zusammenhang und im Rahmen der vorliegenden Studie über die Strukturentwicklungen im luxemburgischen Lebensmitteleinzelhandel war es das Anliegen der STATEC-Verantwortlichen den Versuch zu unternehmen ein brauchbares Konzept und Datenmaterial zur Bestimmung von Marktanteilen zur Verfügung zu stellen. Als Basis und Berechnungsgrundlage hat man versucht den gesamten, auf luxemburgischem Territorium, getätigten Einzelhandelsumsatz sämtlicher Branchen (mit Ausnahme des Landwirtschaftssektors) mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren zu errechnen beziehungsweise zu schätzen. Die somit ausgewählte Berechnungsgrundlage kann wie folgt definiert werden:

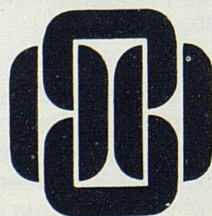


# Leasing

La bonne formule de financement.  
Pour les indépendants, les PME,  
les commerçants, artisans...

---

pour  
tout renseignement  
ou conseil  
tél. 44.99.14.12.



**CREDIT  
EUROPEEN**  
**DEPARTEMENT LEASING**

Luxembourg (4×), Esch-Alzette (2×),  
Bettembourg, Differdange, Dudelange, Pétange,  
Rodange, Ettelbruck et Mersch.



## Gesamter EH-Umsatz mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren

- = Umsatzvolumen des Lebensmittelhandels,
- Exportvolumen und Großhandel
- Nicht-Lebensmittelumsatz der gesamten Branche
- + Lebensmittelumsatz der anderen Einzelhandelsbranchen
- + Lebensmittelumsatz der HORESCA – Betriebe
- + Lebensmittelumsatz der Großhandelsbetriebe an EH-Betriebe
- + Umsatz der Lebensmittelindustrie an EH-Betriebe
- + Umsatz der Kellereigenossenschaften an EH-Betriebe

In dem somit ermittelten gesamten EH-Umsatz mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren ist jedoch auch ein nicht bestimmbares Umsatzvolumen mit Non-Food-Artikeln wie beispielsweise Körperpflegemittel, Hausrat und Wohnbedarf u.a. enthalten, die gleichfalls in der Betriebsklasse der sogenannten „Tante-Emma-Läden“ verkauft werden.

Auf der Basis dieser Berechnungsgrundlage kann für die im Lebensmittelbereich tätigen Großverkaufsflächen ein Anwachsen ihres gesamten Marktanteiles von 35,4% im Jahre 1979 auf 41,4% im Jahre 1984 verzeichnet werden. Auf den allgemeinen Lebensmittelumsatz mit Obst und Gemüse, Milchprodukten, Getränken und Tabakwaren bezogen, steigt der Marktanteil der Großverkaufsflächen auf 44,2% im Jahre 1984. Wenn man aus dieser Berechnungsgrundlage den Umsatz mit Tabakwaren ausklammert, dann steigt der Anteil der Großverkaufsflächen sogar auf 49,8% im Jahre 1982.

Für den Warenbereich „Frischfleisch, Wurst und Fleischwaren“ kann gleichfalls ein beachtlicher Marktanteil von 39,4% im Jahre 1984 errechnet werden, während im Bäckerei- und Konditoreibereich lediglich ein Marktanteil von 11,8% im gleichen Jahr festgestellt werden kann.

Hinsichtlich der verschiedenen im Lebensmittelbereich operierenden Betriebsgrößenklassen erweist es sich des weiteren als interessant festzuhalten, daß die Marktanteilsentwicklung der großen Super- und Hypermärkte mit mehr als 600 qm rückläufig ist und daß deren Marktanteil von 31% im Jahre 1979 auf 29,2% im Jahre 1984 zurückgegangen ist. Parallel zu dem im vorhergehenden Abschnitt bereits diskutierten Investitionsschub in kleinere Verkaufsstätten der sogenannten „599 qm-Betriebsgrößenklasse“, ist der Marktanteil der kleineren Supermärkte mit 400 bis 600 qm von knappen 4% im Jahre 1979 auf beachtliche 12,2% im Jahre 1984 angestiegen.

Diesbezüglich hat die STATEC-Studie „Etude sur la situation du secteur de la distribution au Grand-Duché“ die Bedeutung der sieben größten Gruppierungen im Luxemburger Lebensmittelhandel, d.h. Cactus, Match, Monopol, M. le Géant, Fischer, Emo und die Kooperativen herausgestellt.

## Die 7 wichtigsten Gruppierungen im Luxemburger Lebensmittelhandel

Den Kräften, die im Handel den Konzentrations- und Abschmelzungsprozeß begünstigen oder zur Folge haben, kam lange Zeit keine allzu große Bedeutung zu. Der Konzentrationsprozeß im luxemburgischen Handelsapparat verlief in den fünfziger und sechziger Jahren ziemlich langsam. Dieser Zustand hat sich in den siebziger Jahren jedoch stark verändert und die Handelskonzentration hat erst während des letzten Jahrzehntes erheblich zugenommen und ist zeitweise geradezu stürmisch verlaufen.

Als die wohl entscheidendste Antriebskraft für diesen Prozeß muß die Tatsache angesehen werden, daß erst zu diesem relativ späten Zeitpunkt großflächige Betriebstypen wie der Verbrauchermarkt und der Hypermarkt beziehungsweise das Einkaufszentrum aufgekommen sind. Diese großflächigen Betriebstypen und „Newcomer“ haben sich rasch am Markt durchgesetzt und in relativ kurzer Zeit bedeutende Marktanteile auf sich vereinigt.

Der relative Marktanteil der 7 wichtigsten Gruppierungen und Unternehmungen am gesamten Branchenumsatz mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren ist von 28,7% im Jahre 1975 auf 41,4% im Jahre 1984 angestiegen. Hierbei tätigen die obengenannten Gruppierungen schätzungsweise 90% ihres Umsatzes mit Großverkaufsflächen ab 400 qm Verkaufsraum. Dieser festzustellende Expansionstrend der größten luxemburgischen Handelsgruppen ist jedoch insbesondere, wie bereits angedeutet, auf die seit dem Jahre 1979 verfolgte Investitionsstrategie in kleinere Supermärkte unterhalb der 600 qm-Grenze zurückzuführen.

Die Anzahl der kleineren Supermärkte mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 600 qm, welche vom sogenannten integrierten Handel beziehungsweise den Handelsgruppen Cactus, Match, Monopol, M. le Géant, Fischer, Emo und den Verkaufsgenossenschaften betrieben werden, ist von 9 Betriebseinheiten im Jahre 1979 auf 19 Betriebseinheiten im Jahre 1984 angestiegen. Dagegen konnten lediglich 3 Supermärkte in der Größenklasse 600-2.499 qm eröffnet und ein Supermarkt zum Hypermarkt vergrößert werden.

Die nachstehende Tabelle vermittelt einen Überblick über die von den 7 wichtigsten Gruppierungen betriebenen Superetten, Supermärkte und Hypermärkte:

Betriebsgrößenklassen	1975	1979	1982	1983	1984
Superetten (200-399 qm)	7	10	12	13	15
Großverkaufsflächen (ab 400 qm)	13	21	27	31	35
Supermärkte ( 400- 599 qm)	2	9	14	17	19
Supermärkte ( 600- 999 qm)	3	4	5	5	6
Supermärkte (1000-2.499 qm)	5	5	4	5	6
Hypermärkte (ab 2.500 qm)	3	3	4	4	4

Wegen der immer noch anhaltenden Diskussion über die Problematik der sogenannten „dominierenden Marktposition“ dieser oder jener Firmen erweist es sich des

# DOSSIER

weiteren als notwendig auf die Umsatzentwicklung und die daraus abzuleitende Marktanteilsentwicklung der 7 größten Gruppierungen im Luxemburger Lebensmittelhandel einzugehen.


Aus dem vorliegenden STATEC-Datenmaterial und dem hierbei zugrunde gelegten gesamten Branchenumsatz läßt sich für den integrierten Handel ein Marktanteil von

annähernd 37 % am Lebensmittelumsatz im Jahre 1984 errechnen. Hierbei kann für die von den großen Handelsguppen betriebenen Großverkaufsflächen gleichfalls der Trend beobachtet werden, daß der Marktanteil der grossen Super- und Hypermärkte rückläufig ist, während der Marktanteil der Größenklasse 400 bis 600 qm stetig zunimmt. Siehe hierzu die nachstehende Tabelle:

## UMSATZ- UND MARKTANTEILSENTWICKLUNG DER 7 WICHTIGSTEN HANDELSGRUPPEN (ohne MwSt ; in Mill. Flux)

Gesamter Lebensmitteleinzelhandel und Betriebsgrößenklassen	1975	1979	1982	1983	1984
Lebensmitteleinzelhandel	12.372	17.281	25.816	28.234	29.679
Die 7 wichtigsten Handelsgruppen im Lebensmittelbereich	3.548	6.579	10.142	11.440	12.194
jeweiliger Marktanteil in %	28,7	38,1	39,3	40,5	41,1
Von den Handelsgruppen betriebene Großverkaufsflächen	3.150	5.827	8.950	10.215	10.937
jeweiliger Marktanteil in %	25,5	33,7	34,7	36,2	36,9
Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von < 600 qm	149	613	1.712	2.354	2.691
jeweiliger Marktanteil in %	1,2	3,5	6,6	8,3	8,8
Super- und Hypermärkte mit einer Verkaufsfläche von > 600 qm	3.001	5.214	7.238	7.861	8.246
jeweiliger Marktanteil	24,3	30,2	28,0	28,8	27,8

Der hierbei zugrunde gelegte Umsatz bezieht sich auf die NACE-Kennzahlen 641/642, 4192 und 4193.

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

## Propositions d'affaires

### Représentations – Vertretungen

- Société belge recherche représentant autonome multicarte ou un agent général qui organiserait librement la vente au Grand-Duché de Luxembourg de matériel de traitement de courrier, destructeurs de documents et autres matériels de type « computer out put ».
- Société belge recherche représentant au Grand-Duché de Luxembourg pour tissage italien de toiles pur lin, mixtes et /ou coton, particulièrement dans les secteurs de l'habillement et de la décoration.

### Propositions de coopération

- Société anglaise recherche partenaires pour des projets au Moyen Orient et en Afrique dans les secteurs agro-alimentaire, produits pharmaceutiques, télécommunications bâtiment et engineering.
- Société française offre ses services aux entreprises luxembourgeoises envisageant une implantation ou une représentation commerciale en France (Nord-Est).

### «Rapprochement dans le secteur brassicole»


Les Brasseries soussignées portent à la connaissance de leur honorable clientèle qu'avec effet au 30 septembre 1985, un groupe brassicole important vient de se constituer à la suite de l'acquisition par les Brasseries Réunies de Luxembourg Mousel et Clausen d'une participation prépondérante dans le capital de la Brasserie de Diekirch. Ces deux brasseries opéreront dorénavant en étroite collaboration, tout en maintenant leurs marques de bière traditionnelles et leurs réseaux de distribution.

Les activités de production et de vente de la Brasserie de Diekirch continueront comme par le passé et les emplois sont assurés.

L'opération intervenue au niveau du capital social de la Brasserie de Diekirch s'insère dans le cadre de la politique de concentration et de consolidation poursuivie par les deux brasseries et constitue un nouveau pas en vue de l'amélioration de la compétitivité et du renforcement d'une industrie brassicole luxembourgeoise indépendante.

Brasseries Réunies de Luxembourg Mousel et Clausen S.A.

Société Anonyme de la Brasserie de Diekirch»



**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 INTER CONTINENTAL.

---

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

# Cycle de séminaires de formation sur les techniques de l'exportation

## Cycle de séminaires

Nous avons l'honneur de vous informer que la Chambre de Commerce se propose d'organiser à partir du mois de décembre prochain, dans le cadre de son programme de formation continue, un cycle de séminaires de formation sur les techniques de l'exportation à l'intention des cadres administratifs, commerciaux et financiers d'entreprises exportatrices luxembourgeoises, dont le but sera de

- présenter et enseigner les techniques de base ainsi que les techniques les plus récentes
- se concentrer sur les pratiques luxembourgeoises
- déceler les lacunes ou problèmes éventuels.

Le contenu des différents séminaires ainsi que les détails d'organisation ressortent des programmes annexés.

Les exposés sont conçus de façon que les participants ont le choix de s'inscrire soit à la totalité des séminaires proposés - ce qui est par ailleurs recommandé chaudement - soit à l'une ou à l'autre séance dont le sujet traité intéresse plus particulièrement leur entreprise.

Afin de nous permettre d'entamer l'organisation matérielle des premiers séminaires nous vous prions de bien vouloir nous confirmer votre participation dans les meilleurs délais en renvoyant le bulletin annexé à la Chambre de Commerce.

1. - Introduction : le commerce extérieur du Luxembourg	lundi 2 décembre 1985
2. - Aspects de gestion commerciale à l'exportation	mercredi 18 décembre 1985
3. - Techniques et procédures douanières	mercredi 15 janvier 1986
4. - Financement des exportations	mercredi 5 février 1986
5. - Assurance-crédit privée et publique	mercredi 19 février 1986
6. - Problèmes logistiques lors de l'exportation	mercredi 12 mars 1986
7. - Les instruments de promotion des exportations Clôture du cycle	vendredi 18 avril 1986

## Programme

### 1ère séance

Lundi, le 2 décembre 1985 de 17.00 à 19.00 heures

#### Introduction :

#### Le commerce extérieur du Luxembourg

- rôle des échanges de biens dans les relations économiques extérieures
- la structure du commerce extérieur luxembourgeois

**Conférencier :** M. G. SCHULLER,  
Statec

### 2e séance

Mercredi, le 18 décembre 1985  
de 09.00 à 12.00 heures et de 14.00 à 17.00 heures

#### Quelques aspects de gestion commerciale à l'exportation

- les intermédiaires à l'exportation
- le contrat des intermédiaires

**Conférenciers :** \* M. M. OLIVIER,  
Conseiller Arthur D. Little  
\* M. G. COULON,  
Juriste d'entreprise

**Droit d'inscription :** 1500,- Fr (déjeuner en commun compris)

### 3e séance

**Mercredi, le 15 janvier 1986**

de 08.30 à 12.00 heures et de 14.00 à 17.00 heures

#### Techniques et procédures douanières

- exportation définitive (et transit communautaire)
- exportation temporaire - réexportation
- simplification des formalités
- documents douaniers
- la TVA à l'exportation

**Conférenciers :**

- \* M. J. SCHULLER, Direction des Douanes
- \* M. A. SCHOTT, Administration des Douanes
- \* M. J. LOGELIN, Administration de l'Enregistrement

**Droit d'inscription :** 1.500,- Fr (déjeuner en commun compris)

### 4e séance

**Mercredi, le 5 février 1986**

de 08.30 à 12.00 heures et de 14.00 à 17.00 heures

#### Financement des exportations

- techniques de financement à court terme
- techniques de financement à moyen et long terme
- procédures IBLC

**Conférenciers :**

- \* M. M. THINNES, Association des banques et banquiers
- \* M. G. JUNGEN, Association des banques et banquiers

**Droit d'inscription :** 1.500,- Fr (déjeuner en commun compris)

### 5e séance

**Mercredi, le 19 février 1986** de 08.30 à 12.00 heures

#### Assurance-crédit privée et publique

- principes et mécanismes de l'assurance-crédit
- couverture des risques commerciaux
- couverture des risques politiques

**Conférenciers :**

- \* M. J. PIROTTE, Association des Compagnies d'Assurance
- \* M. E. REUTER, Office du Ducroire

**Droit d'inscription :** 500,- Fr.

### 6e séance

**Mercredi, le 12 mars 1986**

de 08.30 à 12.00 heures et de 14.00 à 17.00 heures

#### Problèmes logistiques lors de l'exportation

- transports : - les auxiliaires de transport
- les différents modes de transport
- les documents, l'emballage, les litiges
- assurances : risques transports
- risques produits

**Conférenciers :**

- \* M. R. BRAUSCH, Groupement transport Confédération du Commerce
- \* M. P. MERJAY, Association des Compagnies d'Assurance
- \* M. J. SPILMAN, Association des Compagnies d'Assurance

**Droit d'inscription :** 1.500,- Fr (déjeuner en commun compris)

### 7e séance

**Vendredi, le 18 avril** de 14.00 à 18.00 heures

#### Utiliser les instruments de promotion des exportations - Clôture du cycle

- Foires (Ministère de l'Economie)
- Ministère des Affaires Etrangères et du Commerce Extérieur
- Lux-Development
- Fédération des Industriels
- Chambre de Commerce
- Office belge du commerce extérieur

**Conférenciers :** représentants des différents organismes

**Droit d'inscription :** 500,- Fr.

\* \* \* \* \*

Toutes les séances se tiendront dans un local de la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, Kircheng (Parking au sous-sol).

Les droits d'inscription sont à virer avant chaque séance au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, service de la formation continue, avec la mention « Techniques de l'exportation ».

Un droit d'inscription préférentiel fixé à 6.000,- Fr est accordé aux personnes qui désirent participer à toutes les séances.

Pour des renseignements supplémentaires appeler le numéro 43 58 53.

## Fiche d'inscription

### Cycle de séminaires de formation sur les techniques du commerce extérieur

Entreprise: .....

Adresse: .....

Tél.: .....

Nom et prénom du (des) participant(s):

1) ..... Fonction: .....

2) ..... Fonction: .....

3) ..... Fonction: .....

\* aux 7 séances du cycle  (Droit d'inscr. 6.000,- Fr.)

\* à la  - 1ère séance (2.12.85) **Introduction: le commerce extérieur du Luxembourg**

\* à la  - 2e séance (18.12.85) **Aspects de gestion commerciale à l'exportation  
(Droit d'inscription 1.500,- Fr.)**

\* à la  - 3e séance (15.1.86) **Techniques et procédures douanières  
(Droit d'inscription 1.500,- Fr.)**

\* à la  - 4e séance (5.2.86) **Financement des exportations  
(Droit d'inscription 1.500,- Fr.)**

\* à la  - 5e séance (19.2.86) **Assurance-crédit privée et publique  
(Droit d'inscription 500,- Fr.)**

\* à la  - 6e séance (12.3.86) **Problèmes logistiques lors de l'exportation  
(Droit d'inscription 1.500,- Fr.)**

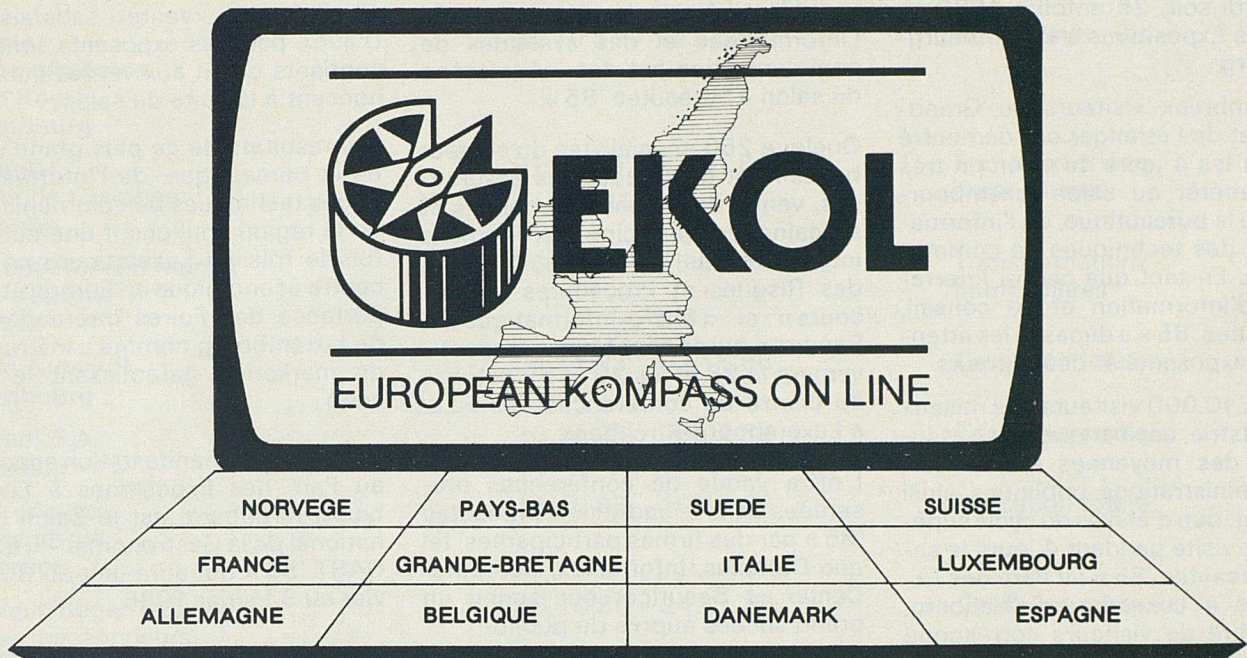
\* à la  - 7e séance (18.4.86) **Les instruments de promotion des exportations – Clôture  
du cycle  
(Droit d'inscription 500,- Fr.)**


Date: ..... 1985

Signature: .....

\* mettre une croix dans la case correspondante

# L'EUROPE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE CHEZ VOUS




 **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

# Le salon « bureautec '85 » a dépassé toutes les attentes

Le 2<sup>e</sup> salon interrégional des techniques de bureau et de communication – bureautec '85 a fermé ses portes mardi soir, 29 octobre 1985 au Parc des Expositions à Luxembourg-Kirchberg.

Les nombreux visiteurs du Grand-Duché et de l'étranger ont démontré pendant les 4 jours du salon un très grand intérêt au salon luxembourgeois de la bureautique, de l'informatique et des techniques de communication. En tant que centre interrégional d'information et de conseil, « bureautec '85 » a dépassé les attentes des exposants et des visiteurs.

Quelque 10.000 visiteurs des milieux de l'industrie, des banques, des assurances, des moyennes entreprises, des administrations publiques ainsi que beaucoup d'élèves du cycle supérieur ont visité pendant 4 jours le salon « bureautec '85 » au Parc des Expositions à Luxembourg-Kirchberg. Ce nombre de visiteurs correspond à une augmentation de plus de 20% par rapport au premier salon du même nom qui a eu lieu en 1983.

L'intérêt majeur des visiteurs a porté sur les techniques de bureau, pré-

sentées sous tous les ordres de grandeur et destinées aux domaines d'application les plus divers. Il est vrai que les technologies de pointe de l'informatique et des systèmes de communication ont dominé la scène du salon « bureautec '85 ».

Quelque 250 spécialistes du secteur bancaire et du secteur des assurances, venus de 12 pays européens et africains, ont participé aux journées internationales « Sécurité: Gestion des Risques et Procédures de Secours » et « Micro-Informatique et Banque » qui se sont tenues respectivement le 25 et les 28 et 29 octobre au centre de conférences des F.I.L. à Luxembourg-Kirchberg.

L'offre variée de conférences présentées dans le cadre de « bureautec '85 » par des firmes participantes, tel que Dataplus, Informalux, Computer Center et Securicor ont connu un grand succès auprès du public.

Le salon interrégional « bureautec '85 » présente un bilan très positif. Près de 88% ont pu effectuer – d'après leurs propres indications – de nouveaux contacts. Lors de l'enquête

auprès des exposants le dernier jour de la manifestation, la majorité des 104 firmes présentes a fait état de résultats de vente satisfaisants. D'autre part, les exposants sont très confiants quant aux ventes qui s'annoncent à la suite du salon.

Les résultats de ce plus grand salon de la bureautique, de l'informatique et des techniques de communication de la région soulignent une nouvelle fois le rôle de Luxembourg comme centre économique en Europe et l'importance des Foires Internationales de Luxembourg comme « instrument de marketing garantissant le succès ».

La prochaine manifestation annoncée au Parc des Expositions à Luxembourg-Kirchberg, est le Salon International de la Gastronomie – « EXPO-GAST '86 » qui aura lieu du 30 janvier au 3 février 1986.

Le centre permanent pour le parachèvement de l'habitat – « house finish » est ouvert tous les samedis, dimanches et jours fériés, à l'exception des fêtes de Noël et du Nouvel An. L'entrée au « house finish » est gratuite.

## Liquidations et ventes spéciales

Entreprise	Durée maximale	Motif de liquidation
Baby-Shop 4, rue de la Gare <b>Echternach</b>	21.10.85 - 20.01.86	Transformations immobilières
Maroquinerie de Luxe 41, avenue de la Liberté <b>Differdange</b>	20.11.85 - 19.02.86	Transformations immobilières
Cibatsself <b>Luxembourg-Dommeldange</b>	07.11.85 - 06.02.86	Transformations immobilières
Schongzentral Goedert-Delleré 91-93, Grand-rue <b>Ettelbruck</b>	11.11.85 - 10.02.86	Transformations immobilières
Soreca s.à.r.l. 50, rue Glesener <b>Luxembourg</b>	30.10.85 - 29.01.86	Transformations immobilières
Ted s.à.r.l. 33, Grand-rue <b>Ettelbruck</b>	19.10.85 - 18.01.86	Transformations immobilières
Antiquités A. Wagner 17, rue Louvigny <b>Luxembourg</b>	15.11.85 - 14.02.86	Déménagement
La Scatola Centre Brasseur 36, Grand-rue <b>Luxembourg</b>	02.12.85 - 28.02.86	Transformations immobilières



Coopérative de Bettembourg 13, rue Collart <b>Bettembourg</b>	12.11.85 - 11.11.86	Cessation totale
Discount s.à.r.l. 46, rue de la Chapelle <b>Kayl</b>	15.11.85 - 14.11.86	Cessation totale
La Taste 16, rue des Bains Forum Royal <b>Luxembourg</b>	25.10.85 - 24.10.86	Cessation totale
Le Grenier 16, rue de Crauthem <b>Peppange</b>	01.11.85 - 31.01.86	Transformations immobilières
Bijouterie Romain Mamer 8, rue des Prés <b>Strassen</b>	06.11.85 - 05.02.86	Transformations immobilières
Mondo Nuovo II <b>Luxembourg</b>	04.11.85 - 03.11.86	Cessation totale
Monopol S.A. <b>Ettelbruck</b>	30.11.85 - 28.02.86	Cessation partielle
Peters-Molitor 55, Grand-rue <b>Ettelbruck</b>	11.10.85 - 10.10.86	Cessation totale
Monsieur Roger Reckinger 16, rue des Tondeurs <b>Wiltz</b>	25.10.85 - 24.01.86	Cessation partielle
Madame Schlessler 22, rue du X Septembre <b>Esch/Alzette</b>	01.12.85 - 30.11.86	Cessation totale
Ferrari-Sports 62-64, Grand-rue <b>Ettelbruck</b>	20.10.85 - 19.01.86	Transformations immobilières
Frivolaïne s.e.n.c. 148, bd de la Pétrusse <b>Luxembourg</b>	01.11.85 - 31.10.86	Cessation totale
Gigipi s.à.r.l. 32, route de Luxembourg <b>Dippach</b>	15.11.85 - 14.02.86	Transformations immobilières
Joaillerie Harpes <b>Mondorf-les-Bains</b>	12.11.85 - 11.11.86	Cessation totale
Quincaillerie Mme Hoffmann Germaine 1, Bd J.F. Kennedy <b>Bascharage</b>	21.11.85 - 20.11.86	Cessation totale
Kieffer et Cie s.à.r.l. 64, av. de la Liberté <b>Luxembourg</b>	07.11.85 - 06.02.86	Transformations immobilières
Ladyshop s.à.r.l. 60, Grand-rue <b>Luxembourg</b>	14.11.85 - 13.02.86	Transformations immobilières
Minimode Centre Brasseur 36/38 Grand-rue <b>Luxembourg</b>	02.09.85 - 01.09.86	Cessation totale
Maggy Wagner-Klemens 1, rue de Wormeldange <b>Blaschette</b>	30.09.85 - 29.09.86	Cessation totale
Baby-Chic Mme Fautsch-Scheer 27, avenue de la Gare <b>Wiltz</b>	15.02.85 - 14.02.86	Cessation totale

# Foires et Expositions / Janvier 86

## 03.01.-05.01.1986 – Londres

Exposition Internationale de la Technique Chimique  
Tél. : 01/8 55 77 77

## 04.01.-06.01.1986 – Süddeutscher Mustermarkt Stuttgart

Exposition Professionnelle Régionale des Articles d'Enfants, de la Vannerie et des Cadeaux – Tél. : 07181/7 32 21

## 05.01.-08.01.1986 – Florex – Bruxelles

Salon technique de Matériel et Equipement pour Fleuristes  
Tél. : 02/4 78 48 60

## 06.01.-09.01.1986 – Horecava – Amsterdam

Salon International de l'Equipement Hôtelier et de Restauration Collective – Tél. : 020/5 41 14 11

## 06.01.-09.01.1986 – VTB – Amsterdam

Salon International du Commerce Horticole  
Tél. : 020/5 41 14 11

## 06.01.-09.01.1986 – Utrecht

Salon International du Souvenir – Tél. : 030/95 59 11

## 06.01.-10.01.1986 – Confur – Oslo

Salon International du Meuble de Bureau – Tél. : 02/46 07 97

## 08.01.-11.01.1986 – Heimtextil – Francfort

Salon International des Textiles d'Ameublement et de Maison  
Tél. : 069/7 57 50

## 09.01.-12.01.1986 – Düsseldorf

Journées Professionnelles de l'Orfèvrerie et de l'Horlogerie  
Tél. : 0211/4 56 01

## 09.01.-12.01.1986 – Autopartac – Londres

Exposition de l'Equipement d'Automobile pour le Commerce de Détail – Tél. : 01/8 55 77 77

## 09.01.-12.01.1986 – Londres

Exposition du Traitement du Bois – Tél. : 01/643 80 40

## 09.01.-13.01.1986 – Approfal – Paris

Exposition Internationale de l'Equipement et Matériaux pour l'Industrie du Meuble et de la Décoration – Tél. : 01/225 70 94

## 09.01.-13.01.1986 – Interkit – Paris

Salon International du Kit et du Prêt-à-Emporter pour l'Habitat  
Tél. : 01/225 70 94

## 09.01.-13.01.1986 – Paris

Salon International du Meuble – Tél. : 01/225 70 94

## 09.01.-14.01.1986 – Paris

Salon International du Luminaire – Tél. : 01/225 70 94

## 10.01.-13.01.1986 – Uomoitalia – Florence

Salon de la Mode Masculine – Tél. : 055/21 77 23

## 11.01.-13.01.1986 – Hadrofa – Munich

Salon Professionnel de Droguerie, Parfumerie, Nature et de la Santé – Tél. : 07181/7 32 21

## 12.01.-16.01.1986 – Londres

Exposition Internationale du Luminaire – Tél. : 05884/658

## 13.01.-16.01.1986 – Londres

Exposition de l'Industrie de Forain – Tél. : 01/228 41 07

## 14.01.-19.01.1986 – Cologne

Salon International du Meuble – Tél. : 0221/82 11

## 15.01.-19.01.1986 – Göteborg

Salon Scandinave du Luminaire – Tél. : 031/20 00 00

## 15.01.-25.01.1986 – Paris

Salon International du Jouet – Tél. : 01/887 44 80

## 16.01.-19.01.1986 – Auto-Zum/Zweirad – Salzbourg

Foire Internationale Spécialisée; Equipement pour Ateliers de Voitures et Stations Services, Pièces de Rechange, Accessoires, Outils et Machines pour Voitures et deux Roues  
Tél. : 06222/37 55 10

## 17.01.-19.01.1986 – Interschau – Essen

Exposition Spécialisée pour les Forains et la Technologie des Loisirs – Tél. : 0201/724 40

## 18.01.-22.01.1986 – Statindex – Londres

Exposition des Industries Papetières – Tél. : 01/385 12 00

## 18.01.-20.01.1986 – Collezioni Moda Bimbo – Florence

Salon de la Mode pour Enfants – Tél. : 055/21 77 23

## 19.01.-22.01.1986 – Ornaris – Zurich

Salon de la Décoration Moderne et de l'Artisanat d'Art  
Tél. : 031/41 37 24

## 19.01.-23.01.1986 – Karwei – Utrecht

Salon International du Bricolage – Tél. : 030/95 59 11

## 20.01.-25.01.1986 – Landbouw Rai – Amsterdam

Salon International de la Machine Agricole  
Tél. : 020/541 14 11

## 21.01.-23.01.1986 – Londres

Exposition Internationale de revêtement de Sol  
Tél. : 0990/2 43 66

## 22.01.-25.01.1986 – Electrotec – Hambourg

Exposition de l'Europe du Nord d'Electronique, d'Electrotechnique, de la Technique de Transmission et des Techniques de Maniement – Tél. : 040/3 56 91

## 22.01.-25.01.1986 – Londres

Exposition des Ordinateurs pour l'Education  
Tél. : 01/930 16 12

## 22.01.-26.01.1986 – Enomaq – Zaragoza

Salon International des Machines et de l'Equipement pour les Caves à Vin – Tél. : 76/35 81 50

Pour tous renseignements complémentaires la Chambre de Commerce se tient à votre disposition.

En ce qui concerne les dates indiquées, nous vous prions d'en demander confirmation auprès de l'organisation avant votre départ.

## Club des Exportateurs

La prochaine réunion du Club des Exportateurs aura lieu le

**lundi, 6 janvier 1986**

de 17.00 heures à 19.00 heures dans la cafétéria 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.

# Société des Foires Internationales de Luxembourg S.A.

## Foires et Salons '86

### EXPOGAST '86

5<sup>e</sup> Salon de la Gastronomie  
du 30 janvier au 3 février 1986

organisé en collaboration avec le VATEL CLUB et l'AMITIE GASTRONOMIQUE FRANÇOIS VATEL (\*\*\*)

**Lieu :**

PALAIS DES EXPOSITIONS, Luxembourg-Kirchberg

**Périodicité :**

tous les 4 ans

**Heures d'ouverture :**

tous les jours de 14.00 à 21.00 heures

Accessible au grand public

**Prix d'entrée :**

adultes : Flux 200.- / adolescents : Flux 100.-

**Contenu de la manifestation :**

gastronomie, équipement pour hôtels, restaurants, collectivités, traiteurs, bouchers, pâtisseries, confiseurs et boulangers

**Caractéristiques de la manifestation :**

« Culinary World Cup '86 » – exposition et concours de plats, mets et pièces de présentation en art culinaire – dégustations



LUXEMBOURG

\*\*\*\* LA PREVENTION ROUTIERE INTERNATIONALE  
64, rue Raymond Poincaré

L-2342 LUXEMBOURG  
téléphone : 44 70 01 \* telex : 2338 priser lu

– Sous réserve de changements éventuels –

Que faut-il pour une bonne  
gestion de fortune ?

# une expérience internationale un savoir-faire éprouvé un service personnalisé

La gestion de fortune est une affaire de spécialistes :  
les banquiers suisses possèdent une grande expérience  
dans ce domaine.

Dès notre fondation, une clientèle internationale exigeante  
est suivie par nos experts.

A Luxembourg, vous pouvez aussi bénéficier de notre  
service de conseil.

M. L. Ottaviani - Directeur

MM. P.F. De Vita, Ch. Genson - Sous-directeurs

6, Avenue Marie-Thérèse/Luxembourg

tél. 4 65 66-7-8



Lugano, Zurich, Chiasso, Lausanne,  
Locarno, Luxembourg, Nassau

## Banque du Gothard

*l'expérience dans la gestion de fortune*



**Ne laissez rien au hasard  
quand vous exportez.  
Cela peut vous coû-  
ter cher.** Notre savoir-  
faire, notre réseau mondial

mais surtout européen de représentants et de correspondants associés\* vous épargnent bien des soucis: quelle que soit la marchandise et sa destination. Toute une équipe de spécialistes vous aide à rechercher les débouchés, vous facilite les négociations et s'occupe des montages financiers. Rapidement et sérieusement. La qualité de vos produits et notre présence mondiale: c'est bien parti pour arriver à bon port.

\*Nous faisons partie du réseau ABECOR qui regroupe les plus importantes banques européennes

**BIL: Le sur-mesure bancaire**



Renseignements: département grandes entreprises.