

**ZA3683**

**Flash Eurobarometer 128**

**(Special Target: Cross-Border Commerce)**

**Questionnaire**

**Luxembourg (Luxembourgish)**

## TRADUCTION LUXEMBOURGEOISE FLASH 128 "BUSINESS SURVEY"

### INFORMATIONS A PREPARER AVANT L'INTERVIEW

- (a) REGION NUTS : ..... (CODER SELON LOCALITE D&B)  
(b) CODE SIC ou NACE : ..... (SELON D&B)  
(c) NOMBRE DE TRAVAILLEURS : ..... (SELON D&B)

Dës Emfro betrëfft d'Entreprise'en déi um nationalen Nivo an och um europäeschen Nivo schaffen. Sie huet als Ziil di kommerziell a publicitaire Praktiken vun den Entreprise'en an der Europäescher Unioun ze evaluéieren.

### FILTRAGE DU REpondant

---

(a) – Adresséiert sech Är Entreprise un den Endkonsument, dat hescht den 'grand public', siew et duerch den Verkaaf, duerch d'Publicitéit oder duerch di zwee ?

- Jo..... 1
- Nee..... → STOP INTERVIEW
- [WEES NETKENG ANTWERT]..... → STOP INTERVIEW

(b) – [ENQ. : SECHERSTELLEN DAT P.I. DEN ... ASS:]

- Patron, Generaldireker.....1
- Féierungskraft, Haaptresonsablen vum Marketing, vum Verkaaf, vun der Pub...2
- **ANER PERSOUN : STOP INTERVIEW.....3**

D1. Wéi vill Persounen beschäftegt Är Entreprise regelméisseg zu Lëtzebuerg?

[ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] Persounen

[WA MANNER WEI 10 ODER WEES NETKENG ANTWERT -> STOP INTERVIEW]

D2. A wéi vill aneren Länner vun der Europäescher Unioun hut Dir Verkaafspunkten oder Filialen?: ...

An [ ] [ ] Länner

[OPSCHREIWEN – WA WEES NETKENG ANTWERT CODE 99]

D3. Är Entreprise ass :

- a. eng onofhängeg Entreprise .....1
- b. d'Maison-Mère vun engem multinationalen Group.....2
- c. Member vun engem multinationalen Group, autoriséiert vun der Maison-Mère fir ze verkaafen a fir Publicitéit ze maachen bei Konsumenten déi an aneren Länner vun der Europäescher Unioun liewen .....3
- d. Member vun engem multinationalen Group, dén net autoriséiert ass vun der Maison-Mère fir ze verkaafen a fir Publicitéit ze maachen bei Konsumenten déi an aneren Länner vun der Europäescher Unioun liewen .....4

[WA D3 = 4 →STOP INTERVIEW]

**[SI L'ENTREPRISE N'A PAS DE FILIALES DANS D'AUTRES PAYS DE L'UNION : D2=0]**

An dëser Emfro géifen mir gären eppes iwver Är grenziwwerschreitend Verkeef an\oder Publicitéiten wëssen. Et geet em d'Veркеef an d'Publicitéiten fir Privatpersounen déi an anere Länner vun der Europäescher Unioun liewen.

**[SI L'ENTREPRISE A DES FILIALES DANS D'AUTRES PAYS DE L'UNION : D2 > 0]**

An dëser Emfro géifen mir gären eppes iwver Är grenziwwerschreitend Verkeef an\oder Publicitéiten vun all de Memberen vun Ärem Group wëssen. E grenziwwerschreitend Verkeef ass e Verkeef un e Konsument den an engem aneren Land vun der EU wunnt wéi de Member vun Ärem Group déi d'Vente gemaacht huet. Eng grenziwwerschreitend Publicitéit ass eng Publicitéit déi ob esou Verkeef ziilt.

**[A TOUS]**

A mengen eischten Froen, géif ech gären Är Méenung wëssen zu den Schwieregkeeten déi Dir bei Ären Verkeef a Publicitéiten an der Europäescher Unioun begéint an zu den Zukunftsperspektiven.

1. Fir unzefänken, kann én soen dat Är Entreprise méi interesséiert ass fir grenziwwerschreitend Verkeef ze encouragéieren: ...

- Jo oder .....1
- nee .....2
- (nsp/sr).....3

(a) ... zënter dat d'Internet an den E-Commerce sech an der EU developpéiert hunn ? ..... 1 2 3

(b) ... zënter der Aféierung vun den Euro-Billjeën a –Ménzen an den 12 Länner vun der EU ? 1 2 3

2. Verschidden Facteur'en kënnen den Developpement vun Ären Verkeef a Publicitéiten nach méi schwiereg maachen an der ganzer Europäescher Unioun.

Zum Beispill ( ... ENQ.: CITER EN ROTATION LES ITEMS CI-DESSOUS UN A UN ... ) : géif Dir soen dat dës Schwieregkeet ...

- ganz wichteg.....1
- eischer wichteg .....2
- eischer onwichteg, oder.....3
- ganz onwichteg ... fir den Developpement vun Ären grenziwwerschreitend Verkeef a Publicitéiten ass?.....4
- (nsp/sr) .....5

(a) d'Sprouchënnerschéeder..... 1 2 3 4 5

**[VERSION ZONE EURO :]**

(b) déi ënnerschiddlech Suen niert der Eurozone am Dänemark, a Schweden an a Groussbritannien ..... 1 2 3 4 5

(c) déi ënnerschiddlech national Reglementatiounen betreffend  
Geschäftspraktiken, d'Publicitéit an déi aner  
Regelen iwwer d'Protektioun vun den Konsumenten  
mat denen én confrontéiert gëtt ..... 1 2 3 4 5

(d) déi ënnerschiddlech national Stéierreglementatiounen  
d'TVA an anerer mat denen én confrontéiert gëtt ..... 1 2 3 4 5

(e) den méi héigen Risiko vun Fraudes an onbezuelten Rechnungen bei  
Ären grenziwwerschreitenden Verkeef ..... 1 2 3 4 5

(f) déi méi grouss Schwierigkeeten fir grenziwwerschreitend Reklammatiounen a  
Konflikter ze léisen ..... 1 2 3 4 5

(g) déi méi grouss Schwierigkeeten fir en effikassen grenziwwerschreitenden  
Service après-vente ze assuréieren. .... 1 2 3 4 5

3. Verschidden Measure'en kéinten den Developpement vun Ären Verkeef an/oder Publicitéiten  
iwwerall an der Europäescher Unioun vereinfachen.

Zum Beispill ( ... ENQ.: CITER EN ROTATION LES ITEMS CI-DESSOUS UN A UN ... ) : géif Dir  
soen dat et eng ... Measure wär ... :

- ganz effikass ..... 1
- eischer effikass..... 2
- eischer net effikass, oder ..... 3
- guer net effikass ..... 4
- (nsp/sr) ..... 5

...fir Är grenziwwerschreitend Verkeef an/oder Publicitéiten an der Europäescher Unioun ze  
vereinfachen?

(a) Eng besser Informatioun vun den Entreprise'en iwwer all  
d'Reglementatiounen iwwer d'Protektioun vun den Konsumenten an  
den aneren Länner vun der EU ..... 1 2 3 4 5

(b) Den Iwwergang op den Euro vun den läschten nationalen Wäringen  
déi iwwereg bleiwen: am Dänemark, a Schweden an a Grousbritannien 1 2 3 4 5

(c) Dem Opbau vun engem onofhängegen, kompetenten  
Schieds- a Schlichtungsservice fir grenziwwerschreitend Reklammatiounen  
A Konflikter ..... 1 2 3 4 5

(d) D'Adhésioun un en europäeschen Code vun der 'bonne conduite' dén  
et erlaabt sech den ënnerschiddlechen nationalen Reglementatiounen  
iwwer d'Protektioun vun den Konsumenten unzepassen..... 1 2 3 4 5

(e) D'Harmonisatioun vun den nationalen Reglementatiounen iwwer d'Publicitéit  
d'Geschäftspraktiken an déi aner Reglementatiounen iwwer  
d'Protektioun vun den Konsumenten ..... 1 2 3 4 5

**[SI L'ENTREPRISE N'A PAS DE FILIALES DANS D'AUTRES PAYS DE L'UNION : D2=0]**

Loost eis elo e Bleck geheien op Är grenziwwerschreitend Verkeef an den läschten 12 Méint un Privatpersounen déi an aneren Länner vun der Europäescher Unioun wunnen

**[SI L'ENTREPRISE A DES FILIALES DANS D'AUTRES PAYS DE L'UNION : D2 > 0]**

Loost eis elo e Bleck geheien op Är grenziwwerschreitend Verkeef an den läschten 12 Méint. E grenziwwerschreitenden Verkaaf ass en Verkaaf un e Konsument déi an engem aneren Land vun der EU liewt wéi de Member vun Ärem Group déi den Verkaaf gemaacht huet

4. Bei den VERKEEF IWWERT D'INTERNET un Konsumenten aus der Europäescher Unioun, kënnt Dir den Pourcentage schätzen fir Är grenziwwerschreitend Verkeef ?

[ENQ.: ESOU SUGGEREIEREN DAT D'P.I. DEN PROZENTSATZ SCHATZT, OCH WANN ET NEMMEN ENG ONGEFEIER SCHATZUNG]

- [ ] [ ] [ ] % vun den Verkeef iwwer Internet un EU-Konsumenten an den läschten 12 Méint

[ENQ. : WA NSP/SR, KENNT DIR DES GRUPPEN BENOTZEN : Fir eng Gréistenuerdung ze kréien, woren ët : ... guer näischt ? / ... ëm 1% ? / ... 2% ? ... 3% ? / ... 5% ? / ... 10% ? / ... 15% ? ... 20% ? / ... 25%? ... asw ...]

[WA NAISCHT AM INTERNET VERKAAF : → CODE 0 ]  
[WA NSP/SR : → CODE 999 ]

5. Bei den VERKEEF IWWER KORRESPONDENZ ODER IWWER TELEFON un Konsumenten aus der Europäescher Unioun, kënnt Dir den Pourcentage schätzen fir Är grenziwwerschreitend Verkeef ?

[ENQ.: ESOU SUGGEREIEREN DAT D'P.I. DEN PROZENTSATZ SCHATZT, OCH WANN ET NEMMEN ENG ONGEFEIER SCHATZUNG]

[ ] [ ] [ ] [ ] % vun den Verkeef iwwer Korrespondenz oder Telefon an den läschten 12 Méint

[ENQ. : WA NSP/SR, KENNT DIR DES GRUPPEN BENOTZEN : Fir eng Gréistenuerdung ze kréien, woren ët : ... guer näischt ? / ... ëm 1% ? / ... 2% ? ... 3% ? / ... 5% ? / ... 10% ? / ... 15% ? ... 20% ? / ... 25%? ... asw ...]

[WA KENG VERKEEF MAT KORREZPONDENZTELEFON: → CODE 0 ]  
[WA NSP/SR : → CODE 999 ]

6. A bei den Verkeef VUN ÄREN REPRESENTANT'EN déi d'Konsumenten opsichen, kënnt Dir den Pourcentage schätzen fir Är grenziwwerschreitend Verkeef ?

[ENQ.: ESOU SUGGEREIEREN DAT D'P.I. DEN PROZENTSATZ SCHATZT, OCH WANN ET NEMMEN ENG ONGEFEIER SCHATZUNG]

[ ] [ ] [ ] [ ] % vun den Verkeef duerch opsichen vun Konsumenten an den läschten 12 Méint

[ENQ. : WA NSP/SR, KENNT DIR DES GRUPPEN BENOTZEN : Fir eng Gréistenuerdung ze kréien, woren ët : ... guer näischt ? / ... ëm 1% ? / ... 2% ? ... 3% ? / ... 5% ? / ... 10% ? / ... 15% ? ... 20% ? / ... 25%? ... asw ...]

[WA KENG VERKEEF DUERCH EN REPRESENTANT: → CODE 0 ]  
[WA NSP/SR : → CODER 999 ]

7. Bei Ären VERKEEF AM EENZELHANDEL (Geschäfte), kënnt Dir den Pourcentage schätzen fir Är grenziwwerschreitend Verkeef ?

[ENQ.: ESOU SUGGEREIEREN DAT D'P.I. DEN PROZENTSATZ SCHATZT, OCH WANN ET NEMMEN ENG ONGEFEIER SCHATZUNG]

[ ] [ ] [ ] [ ] % vun den Verkeef am Einzelhandel an den läschten 12 Méint

[ENQ. : WA NSP/SR, KENNT DIR DES GRUPPEN BENOTZEN : Fir eng Gréistenuerdung ze kréien, woren ët : ... guer näischt ? / ... ëm 1% ? / ... 2% ? ... 3% ? / ... 5% ? / ... 10% ? / ... 15% ? ... 20% ? / ... 25%? ... asw ...]

[WA KENG VERKEEF AM EENZELHANDEL—> CODER 0 ]  
[SI NSP/SR : —> CODER 999 ]

8. An elo, wann dir all Är Verkeef un d'Konsumenten zezummenhuel, kënnt Dir den Pourcentage schätzen fir Är grenziwwerschreitend Verkeef un d'Endkonsumenten ?

[ENQ.: ESOU SUGGEREIEREN DAT D'P.I. DEN PROZENTSATZ SCHATZT, OCH WANN ET NEMMEN ENG ONGEFEIER SCHATZUNG]

[ ] [ ] [ ] [ ] % vun den gesamten Verkeef un Konsumenten an den läschten 12 Méint

[ENQ. : WA NSP/SR, KENNT DIR DES GRUPPEN BENOTZEN : Fir eng Gréistenuerdung ze kréien, woren ët : ... guer näischt ? / ... ëm 1% ? / ... 2% ? ... 3% ? / ... 5% ? / ... 10% ? / ... 15% ? ... 20% ? / ... 25%? ... asw ...]

[WA NSP/SR : —> CODE 999 ]

Schwätzen mir elo iwwer Är MARKETINGS- A PUBLICITEITESAKTIVITEITEN an den läschten 12 Méint.

9. Wéi vill Prozent vun Ärem Budget fir Marketing a Publicitéit ass dozou bestëmmt fir grenziwwerschreitend Verkeef ze encouragéieren?

[ENQ.: ESOU SUGGEREIEREN DAT D'P.I. DEN PROZENTSATZ SCHATZT, OCH WANN ET NEMMEN ENG ONGEFEIER SCHATZUNG]

[ ] [ ] [ ] [ ] % vum Budget fir Marketing a Publicitéit "Konsumenten"

[ENQ. : WA NSP/SR, KENNT DIR DES GRUPPEN BENOTZEN : Fir eng Gréistenuerdung ze kréien, woren ët : ... guer näischt ? / ... ëm 1% ? / ... 2% ? ... 3% ? / ... 5% ? / ... 10% ? / ... 15% ? ... 20% ? / ... 25%? ... asw ...]

[wa kee Budget fir grenziwwerschreitend Verkeef: —> CODE 0 ]

[WA NSP/SR : —> CODE 999 ]

10. Stellt Iech fir all d'Reglementatiounen iwwer d'Publicitéit, d'Geschäftspraktiken an déi aner  
Reglementatiounen iwwer d'Protektioun vun den Konsumenten wärend komplett harmoniséiert  
an den 15 Länner vun der EU.

Wann dat de Fall wär, géif dann Ärer Méenung no den Undeel vun Ärem Budget fir Marketing a  
Publicitéit den dozou bestëmmt fir grenzüwwerschreitend Verkeef ze encouragéieren ...

(ENQ.: VIRLIESEN)

- a. vill klammen .....1
- b. e wéineg klammen.....2
- c. net änneren .....3
- d. e wéineg faalen .....4
- e. vill faalen .....5
- f. NSP/ SR .....6

11. A wann d'Reglementatiounen iwwer d'Protektioun vun den Konsumenten an den 15 Länner  
vun der EU komplett harmoniséiert wärend, géif dann den Undeel un Ären  
grenzüwwerschreitend Verkeef ...

(ENQ.: VIRLIESEN)

- a vill klammen .....1
- b. e wéineg klammen.....2
- c. net änneren .....3
- d. e wéineg faalen .....4
- e. vill faalen .....5
- f. NSP/ SR .....6