

TOOLBOX

Weiterbildung / S. 16

317.000 EURO FÜR HOCHZEIT

Gemeinderat der Stadt Luxemburg / S. 19

DELIKATESSEN

Weine und gutes Essen / S. 20



„Fédération luxembourgeoise des libraires“

„Wir sehen uns in unserer Lieblingsbuchhandlung“

Armand Hoffmann

In einer Zeit, da immer mehr Menschen ihre Bücher nur noch im Internet bestellen, haben es die lokalen Buchhandlungen immer schwerer, sich zu behaupten. Aus diesem Grund hat die „Fédération luxembourgeoise des libraires“ eine Kampagne gestartet, die den kleinen und großen Leseratten die Vorzüge des Buchladens näherbringen soll.

SENNINGEN - In einer kleinen idyllischen Straße in Senningen befindet sich das „Bicherhaischen“, eine gemütliche Buchhandlung, die sich ganz auf die Wünsche der kleinen Leseratten spezialisiert hat. Beim Eintreten atmen die Bücherliebhaber sofort die Luft der Bücher ein. Sie können verschiedene Seiten durch-

stöbern und sich von der Inhaberin, Laurence Hilger, oder ihrer Verkäuferin beraten lassen.

Im „Bicherhaischen“ werden den Kunden alle Vorzüge des kleinen, lokalen Bücherladens vor Augen geführt und deshalb verwundert es auch nicht, dass die „Fédération luxembourgeoise des libraires“ in genau diesen Bucherladen zu ihrer Pressekonferenz eingeladen hatte.

„Wir wollen keinem Supermarkt verbieten, Bücher zu verkaufen. Die Konkurrenz ist jedoch riesig und immer mehr Buchhandlungen müssen ihre Türen für immer schließen. Aus diesem Grund haben wir diese Kampagne gestartet. Die Kinder und Jugendlichen müssen auf die Vorzüge des kleinen Bücherladens hingewiesen werden“, erklärte Fernand Ernster, der Präsident der „Fédération luxembour-

geoise des libraires“. Um die Kampagne zu begleiten, wurden zwei Poster gedruckt und an alle Schulen sowie Buchhandlungen verschickt. Das erste Poster spricht die jugendlichen und erwachsenen Leseratten an.

„Superhemp“ in der Superbuchhandlung

Das Plakat wurde von Roger Leier, dem Zeichner des berühmten luxemburgischen Comic-Superhelden „Superhemp“, entworfen. Superhemp erlebt die Vorzüge eines Buchladens gegenüber dem Internet oder einer Supermarktkette. So kann man neue Autoren entdecken oder mit anderen Bücherwürmern plaudern, aber das Wichtigste für Superhemp ist die fachmänni-

sche Beratung in seiner Lieblingsbuchhandlung.

Das zweite Poster richtet sich an die ganz jungen Leseratten. Es trägt den Titel „Wir sehen uns in unserer Lieblingsbuchhandlung“ und wurde vom Gerstenberg Verlag aus Deutschland entworfen. Das Poster wurde wie ein Wimmelbilderbuch gezeichnet. Das Wimmelbilderbuch ist eine spezielle Form des Bilderbuchs, es richtet sich an Kinder ab circa 18 Monaten. Auf den großen Bildern wimmelt es von detailliert dargestellten Menschen, Tieren und Dingen, woraus sich der Name der Bilderbuchart ergibt. So können auch schon die Kleinsten die Vorzüge ihrer Buchhandlung erfahren.

Nach Absprache mit den verschiedenen Buchhandlungen dürfen die Schulklassen auch in den Bücherläden vorbeischa-

und den Weg eines Buches von der Lieferung bis zum Verkauf miterleben.

Kulturministerin Octavie Modert unterstützt die Kampagne und fand ebenfalls den Weg ins „Bicherhaischen“. „Bücher sind keine normalen Produkte, sondern Kulturgut mit einem Herz und einer Seele. Aus diesem Grund ist es so wichtig, dass schon die Kleinsten lernen, mit diesen Schätzen umzugehen“, erklärte Modert. Auch auf die Wichtigkeit der kleinen Buchhandlungen ging Modert ein.

So seien in den letzten Jahren nicht nur die Zahlen von elektronischen Texten gestiegen, sondern auch die Verkaufszahlen von Büchern stiegen stetig.