

**Grow older, not lamer**

*Imagekampagne der Chambre des Métiers geht in die dritte Runde*

„What would 10-year-old you say“ – oder: „Hättest du mit zehn Jahren gedacht, dass sich dein Leben so entwickelt?“ Dieser Frage widmet sich die diesjährige Imagekampagne der Chambre des Métiers. Der neue Imagefilm und die Plakate zeigen Kinder als Mini-Erwachsene in Kostüm und Anzug in typischen Büro- und Alltagssituationen. Am Ende steht der Aufruf: „Grow older, not lamer. (Werde älter, nicht langweiliger.)“

Kinder begreifen ihre Umwelt mit ihren Händen. Sobald sie zugreifen können, sind ihre Hände nahezu nonstop im Einsatz. Handwerk ist für sie ganz natürlich. Ein 10-jähriges Kind etwa – das gerne mit Bausteinen spielt, zeichnet, bastelt, riesige Sandburgen baut oder seinen Puppen die Haare frisiert – stellt sich sicherlich kaum vor, jemals in einem Bürojob zu landen, wo es die Hände quasi nur noch zum Tippen auf der Tastatur benutzt. Die Realität zeigt uns jedoch, dass tatsächlich die meisten Kinder, wenn sie ins entsprechende Alter kommen, irgendwann genau solche Berufe dem Handwerk vorziehen. Was würde wohl ihr 10-jähriges Ich dazu sagen?

Diesen Gegensatz betont der Imagefilm, indem er Kinder als kleine Erwachsene in einen Berufsalltag mit Meetings, Firmenevents und Berufsverkehr versetzt. Was absurd klingt, bringt, überspitzt, die aktuelle Arbeitsmarkt-Situation auf den Punkt. Die Ironie oder auch Tragikomik des Films zeigt eine Gesellschaft, die Akademisierung und intellektuelle Arbeit fördert. Damit soll die Notwendigkeit von akademischen und anderen Bürojobs nicht etwa in Frage gestellt werden. Vielmehr will die Kampagne Eltern und Lehrer sensibilisieren und einen kritischen Diskurs über die Orientierung, das Talent, die Interessen und das Potenzial von Kindern initiieren. Sie soll dazu motivieren, den für sich richtigen Weg zu finden, auf seine innere Stimme zu hören und letztendlich einen Beruf zu wählen der zu einem passt und erfüllend ist - was durchaus auch ein Handwerksberuf zu sein vermag.

Die langfristig angelegte Imagekampagne der Chambre des Métiers mit dem Titel „Makers of Luxembourg“ hat das erklärte Ziel, das Luxemburger Handwerk zu fördern und Lust auf's Handwerk zu machen. Die Kampagne befindet sich mittlerweile in ihrer dritten Auflage getreu dem Slogan „Make. Shape. Create.“.

Kampagnenstart ist der 17. April.

---

Luxemburg, den 17. April 2023

Chambre des Métiers

Dina POST

Responsable Projets Communication, Marketing et Relations publiques

2 Circuit de la Foire Internationale

BP 1604 · L-1016 LUXEMBOURG

Tél.: +352 42 67 67 - 281

E-mail: [presse@cdm.lu](mailto:presse@cdm.lu)