

# Luxemburger Wort

für Wahrheit und Recht

Morgens 0° / 8° Mittags Abends

Samstag und Sonntag, den 5./6. Januar 2019 - Jahrgang 171 - Nummer 4

www.wort.lu

Telefon: 4993-1 - Abo-Hotline: 4993-9393  
Verleger: Saint-Paul Luxembourg

## Was der Westen von China lernen kann

**Luxemburg.** „Der Westen hat in den vergangenen Jahren alles getan, um seine eigenen Werte unglaubwürdig zu machen.“ Der renommierte Politologe Eberhard Sandschneider geht in seiner Beurteilung nicht zimperlich mit den Vereinigten Staaten und der Europäischen Union um. Weshalb die westliche Welt heute von China lernen kann - und weshalb der Führungsstil im Reich der Mitte dennoch keinen Modellcharakter für EU und USA haben kann, erläutert der 63-Jährige im Interview mit dem „Luxemburger Wort“. chl/mas

IM FOKUS  
Multilateralismus  
Seite 8-9

## Kamera an für neue Filme und Serien

**Luxemburg.** Die Filmszene plant mit Partnern neue Projekte, für die in diesem Jahr die Dreharbeiten beginnen sollen. Unter anderem ist die zweite Staffel von „Bad Banks“ mit Désirée Nosbusch in Planung. Die Dreharbeiten der Serie sollen im Frühjahr im In- und Ausland stattfinden. Für das Kino sollen Pol Cruchten und Gérard Corbiau ihre Kameras aufstellen, zudem ist die Verfilmung eines französischen Bestsellers geplant. sop  
■ Kultur, Seite 18

## So schön kann nur ein Mann sein

**Luxemburg.** Die Herren der Schöpfung werden zukünftig mehr Raum im Bad vereinnahmen. Neue Pflegeprodukte für Haut, Haar und nicht zuletzt auch für den gut gepflegten Bart lassen die Herzen von männlichen Beautyfans höher schlagen. Vorbei die Zeiten, in denen er sich an den Cremetiiegeln seiner Liebsten vergriff. Auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Linien sollen für einen strahlenden Teint und kräftiges Haar sorgen. Auch Männer-Make-up soll - so der Wunsch der Unternehmen - zukünftig seinen Platz vor dem Spiegel finden. mij  
■ Weekend, Seite 85

## Lockruf der Rabatte

Der Winterschlussverkauf zieht viele Kunden in die Geschäfte

**Luxemburg.** Zehn, 20, 30, manchmal sogar 60 Prozent: Überall hängen die großen Rabattschilder in den Schaufenstern. Die „Wintersolden“ haben begonnen - und locken Schnäppchenjäger an. „Der Schlussverkauf zieht immer wieder viele Kunden in die Geschäfte“, heißt es bei der Confédération luxembourgeoise du commerce. Einen Grund für das große Interesse der Kunden sieht der städtische Geschäftsverband in den attraktiven Angeboten: „Da es öfter im Jahr Werbeaktionen gibt, bieten viele Kaufleute ihre Waren während des Schlussverkaufs noch günstiger an.“ Und beim üblichen Umtauschen von Geschenken in den Wochen nach Weihnachten und während des Schlussverkaufs gilt einiges zu beachten, wie die Union luxembourgeoise des consommateurs erklärt. So können vor dem Winterschlussverkauf zum vollen Preis gekaufte Produkte nicht immer in Waren umgetauscht werden, die nun rabattiert im Ausverkauf sind.

Bei der Schnäppchenjagd ist allerdings Vorsicht angesagt: Nicht jeder laut angepriesene Rabatt ist auch wirklich ein echtes Sonderangebot. Ein Blick auf die Entwicklung des Verbraucherpreisindex des Statec in den vergangenen zehn Jahren zeigt, dass die Preissenkungen in der Sparte „Bekleidung und Schuhe“ des Verzeichnisses nicht generell so hoch ausfallen, wie viele Rabattaktionen suggerieren. mbb

■ Wirtschaft, Seite 15



Bis zu 50 Prozent: Niedrige Preise locken die Kunden an. (FOTO: LEX KLAREN)

## Schwarzes Jahr auf den Straßen

Nach Rückgang steigt die Zahl der Verkehrstoten 2018 wieder an

**Luxemburg.** Kein Tag vergeht ohne sie: Verkehrsunfälle gehören auf Luxemburgs Straßen zum Alltag. Meist sind es nur Blechschäden; immer wieder sind aber auch Schwerletzte und Tote zu beklagen. Ein Blick auf die Unfallstatistiken des „Luxemburger Wort“ zeigt: Die Anzahl der Verkehrstoten ist im vergangenen Jahr deutlich gestiegen. Mindestens 35 Menschen verloren 2018 im Straßenverkehr ihr Leben.

Dabei ließ das Vorjahr eigentlich auf eine positive Entwicklung hoffen. 25 Verkehrstote waren den offiziellen Zahlen des Nachhaltigkeits- und Infrastrukturministeri-



Das Straßenkreuz steht entlang der Strecke zwischen Brouch und Saeul. (FOTO: G. HUBERTY)

ums damals verzeichnet worden - ein neues Rekordtief.

Dieser Trend konnte sich nicht durchsetzen. Die ersten zwei Monate des Jahres entpuppten sich als besonders fatal. In jenen 59 Tagen verloren elf Menschen ihr Leben - fast ein Drittel aller Verkehrstoten des Jahres. Auch das Ministerium bedauert die Entwicklung. In den kommenden Monaten sollen mehrere Maßnahmen für mehr Sicherheit sorgen. An der Vision Zero - weder Tote noch Schwerverletzte im Straßenverkehr - will man weiter festhalten. m.r.

■ Leitartikel, Seite 3  
■ Lokales, Seite 23

## Zug in die digitale Ära nicht verpassen

**Luxemburg.** Den Sprung ins digitale Zeitalter schaffen: Das ist die große Herausforderung, die auf den Mittelstand wartet. Damit Handel und Handwerk diese Herausforderung meistern, soll Lex Delles (DP) für die passenden Rahmenbedingungen sorgen. So sollen laut Koalitionsprogramm Plattformen wie „Fit4Digital“ oder das „Centre de compétences Digital Handwerk“ ausgebaut werden. Der jüngste Minister im Bettel-Team hat aber auch als Aufgabe, die alternativen Unterkunfts- und Fahrangebote gesetzlich einzubetten. Bep/mas  
■ Politik, Seite 2

## Vom Süd- in den Zentrumsbezirk

**Leudelingen/Kopstal.** Nachdem sich die Majorität im Leudelinger Gemeinderat gegen ein Referendum ausgesprochen hat, bei dem es um einen Bezirkswechsel gehen soll, hält die Opposition an der Idee fest. Sie plant eine Unterschriftenaktion, um eine Volksbefragung zu erwirken. Innenministerin Taina Bofferding will sich nicht in gemeindeinterne Diskussionen einmischen, aber auch sie reagiert und äußert sich zum ähnlich gelagerten Fall in Kopstal. L.E.  
■ Lokales, Seite 28

### In dieser Ausgabe

<b>Politik 2-11</b>	
Leitartikel: Gefahr am Wegesrand	3
Der Sprachführer der Gelbwesten	4
<b>Wirtschaft 15-16</b>	
Die Dampfmaschine von Watt wird 250	16
<b>Kultur 17-19</b>	
Neue Ausgabe des Jazz-Treffens „Reset“	17
<b>Lokales 23-38</b>	
Weiler-la-Tour zieht an einem Strang	25
Rosports letzte Gastwirtschaft ist zu	30
<b>Gottesdienstordnung 31</b>	
<b>Notdienste 34</b>	
<b>Sport 49-53</b>	
Die Pause in der Total League ist vorbei	51
FLVB-Männer wollen Revanche	53
<b>Todesanzeigen 58</b>	
<b>Finanzen 67-73</b>	
<b>Panorama 86-88</b>	
Fernsehprogramm	81



Luxemburg: 2,30 € - Ausland: 2,60 €

**SOLDEN beim BRAM**  
Dëse Sonnden vun 10 bis 19 Auer op

bram

**50%** BIS ZU

op der aktueller  
Wanterkollektioun

## Jungbrunnenkur im Applikator

Viele Männer greifen zu den Pflegeprodukten ihrer besseren weiblichen Hälfte – auch wenn die Inhaltsstoffe nicht auf ihren Hauttyp abgestimmt sind. Bei dem „Coup d'Excellence“-Elixir können Jungs gerne zulangend, denn das Produkt ist für beiderlei Geschlechter und jeden Hauttyp geeignet. Für positive Effekte, darunter weniger Falten und die Aktivierung von Selbstheilungskräften, sollen unter anderem Extrakte aus der Rübe (ein natürlicher Emulgator) und dem Pilz namens Silberohr (gegen die Hautoxidation) sowie das Bakterium *Lactococcus lactis* – das zur Herstellung von Milchprodukten verwendet wird – sorgen.



Verjüngendes Elixir „Coup d'Excellence“ von Nannic, 15 ml um 89 Euro



# Der gepflegte Mann

Für den schönen Start ins neue Jahr – sieben Produkte für Haut und Haar

VON MICHAEL JUCHMES

## Porentief rein und gänzlich erfrischt

Es gibt nicht viele Produkte für die Gesichtshaut, die sowohl Männer als auch Frauen nutzen können: Die Haut des starken Geschlechts ist zwar robuster (straffer und weniger empfindlich im Bezug auf Sonneneinstrahlung oder Trockenheit), aber gleichzeitig auch meist viel fettiger. Gegen dieses Problem gibt es einige Lösungsansätze: Dazu zählt nicht nur die Ernährung und die richtige Pflege, sondern auch die Reinigung. Für Erfrischung sorgt etwa das Reinigungsmousse mit Bio-Hamamelis und Eibischwurzel von Weleda. Der beinahe flüssige Schaum sorgt im Redaktionstest für ein positives Ergebnis – selbst fettige Haut wirkt danach sofort sauber und erholt.



Reinigungsschaum von Weleda, 150 ml um 12 Euro

## Auch er braucht Platz im Badezimmer

Pflegelinien für Herren sprießen derzeit wie Pilze aus dem Boden. Haarpflegespezialist Redken hat bereits 1967 als einer der Ersten der Branche eine Linie nur für das starke Geschlecht auf den Markt gebracht. Das umfangreiche Sortiment für ihn – das nun unter dem Namen „Brews“ (Gebrautes) firmiert – wurde jetzt um zwei neue Produkte erweitert: Neben einem Anti-Schuppen-Shampoo in einer Verpackung in Bierflaschenform, das man lediglich zwei Mal pro Woche benutzen muss, ist jetzt auch ein „After Shave Balm“ erhältlich. Dieser duftet nicht nur angenehm würzig, sondern erfrischt auch ungemain. Zusätzlich versorgt er die Haut dank Aloe Vera mit viel Feuchtigkeit.



„After Shave Balm“ von Redken Brews, 125 ml um 22 Euro.

## Für ein Leben ohne Deodorant

Das Äquivalent zum Schweizer Taschenmesser ist für den gepflegten Mann von Welt das 2-in-1-Produkt im heimischen Bad. Nun können die praktisch Veranlagten ihr Repertoire um das „Deo Scrub“ von OY ergänzen. Das Peeling soll auf die trockene Haut unter den (unrasierten) Achseln und den Füßen aufgetragen werden. Anschließend eine Minute einwirken lassen und abspülen. In Kontakt mit Wasser verwandelt sich das Scrub in einen milchigen Film. Nach einer Woche, in der man noch mit Deo nachhelfen sollte, hat man laut Hersteller die geruchsverursachenden Mikroorganismen unter Kontrolle. Nachteil: Ein Peeling auf trockener Haut aufzutragen ist etwas unangenehm.



Duschpeeling „Deo Scrub“ von OY, 200 ml um 26 Euro.

## Die grüne Flasche für den sportlichen Mann

Männer- und Frauenhaar unterscheiden sich im Aufbau wenig. Anders sieht es dagegen in Sachen Pflege aus: Die Herren der Schöpfung waschen sich die Haare meist viel häufiger – und müssen daher auf Produkte zurückgreifen, die das Haar nicht bereits nach kurzer Zeit stumpf aussehen lassen und zudem die Kopfhaut weder überbeanspruchen noch austrocknen. Die neuen Produkte der ersten Männerlinie aus dem Hause System Professional sorgen zudem mit Hilfe von Kreatin für die nötige Formbarkeit – damit sich die Zeit im Bad nicht unnötig hinzieht. Neben Haarpflege wie dem „Energy Shampoo“ mit sportlich-frischem Duft enthält die Linie auch Produkte für den Bart.



„Energy Shampoo“ von System Professional, um 24 Euro.

## Mit der Kraft von Mutter Natur

Der Bart als Bakterienschleuder – dieses Vorurteil, das auf einer US-Studie beruht, konnte mittlerweile widerlegt werden. Und doch sollte man seinen Bart gut pflegen, damit sich keine Keime in den Haaren, die eine gröbere Struktur als das Kopfhaar aufweisen, vermehren können. Regelmäßige Pflege ist daher ein Muss. Praktisch, wenn man – wie bei der Reinigungscreme „Kalamazoo“ – gleichzeitig auch noch das Gesicht pflegen kann. Ananas sorgt dafür, dass alles schön sauber bleibt, Aprikosenkernöl und Kakaobutter übernehmen den feuchtigkeitsspendenden Part. Aber aufgepasst: „Kalamazoo“ haftet sehr gut auf der Haut und sollte daher bestenfalls mit viel Wasser – etwa unter der Dusche – abgespült werden.

Reinigungscreme „Kalamazoo“ von Lush für Bart und Gesicht, 100 g um 11 Euro



## Malstunde für echte Männer

Make-up für Männer liegt im Trend – zumindest in Asien. Das britische Kosmetikunternehmen Rimmel versucht derzeit, auch das starke Geschlecht in Europa mit einer eigenen Linie von den Vorzügen zu überzeugen. Lippenstift und Rouge sucht man im Sortiment aber vergebens. Was verschönert werden soll, sind Bart und Brauen, etwa mit Hilfe eines Puders, das unschöne Lücken ausfüllt. Das Ergebnis im Selbstversuch lässt noch Platz nach oben: Zu „gemalt“ wirkt die Fläche, die mittels Minipinsel verschönert wurde. Überzeugender ist dagegen der Augenbrauenstift, der – als Mittel gegen abstehende Härchen – auch in einer transparenten Version erhältlich ist.

Rimmel for Men „Filling Powder“, 0,7 g um 10 Euro

