

WISSEN

Die neue Lust auf Gedrucktes

*KultCrossing: Warum Antalis ein Projekt von Schülern und
Studenten förderte*

Ältere Menschen haben oft Schwierigkeiten damit, sich den Anforderungen einer zunehmend durchdigitalisierten Welt anzupassen. Ähnlich geht es jüngeren, zumal Schülern – nur mit umgekehrtem Vorzeichen: Wer mit Handy, iPod und Facebook aufwächst, dem ist die analoge Welt zumeist ein Rätsel und Papier ein Relikt aus Großvaters Zeiten.

Ist das der neue Clash der Kulturen? Analog vs. digital? Jedenfalls gibt es zahlreiche Möglichkeiten, ihn zu verhindern beziehungsweise: Lust auf Gedrucktes zu machen. Antalis hat nun ein Projekt gefördert, bei dem es darum ging, die Bedeutung von Papier im Zeitalter der Digitalisierung zu ermitteln. Initiiert von dem 2006 gegründeten gemeinnützigen Kölner Bildungsunternehmen „KultCrossing“, gingen Schüler der Max-Ernst-Gesamtschule Köln-Bocklemünd und Studenten der Mönchengladbacher Hochschule Niederrhein zum Beispiel folgenden

Fragen nach: Ist Papier ein umweltfreundliches Material? Wo begegnet es uns im Alltag? Und was ist aus der Idee des papierlosen Büros geworden? (Nicht viel.) Ihre Ergebnisse präsentierten die Schüler und Studenten Mitte Januar in einem Pop-up-Buch. Antalis unterstützte KultCrossing finanziell. Darüber hinaus stellte Antalis nicht nur verschiedenste Sorten Papier – vom Recycling- bis zum Feinstpapier – für das Projekt zur Verfügung, sondern Backsellerin Simone Majunke stand auch mit Rat und Tat zur Seite.

Dass junge, an Strommedien gewöhnte Menschen zuweilen Berührungssängste mit Papier haben, ist das eine. Die andere, fast noch erstaunlichere Erkenntnis: Einmal an das Thema herangeführt, lassen sie sich für die Welt des Papiers im Nu begeistern. Vielleicht auch, weil es nicht nur haptische, sondern auch historische Qualitäten hat: So erhielten die jungen Leute im Laufe des Projekts Einblick in den Beruf des Papier-Restaurators – und welchen Aufwand es bedeutet, historisches Material zu erhalten und zu digitalisieren. Gleich zu Beginn des Projekts versprach Antalis, die Ergebnisse als Grundlage für Marketingüberlegungen zu nutzen. „Das hat die Projektgruppe angespornt“, sagt Christa Schulte, ehrenamtliche Geschäftsführerin von KultCrossing.



Foto: KultCrossing