

«Der Vertrag wurde so nie umgesetzt»

Trimbachs Gemeindepräsident wünscht sich eine faire Kostenverteilung in der Sozialregion – ein neuer Vertrag könnte bald Tatsache sein.

Sharleen Wüest

Die Sozialregion Olten ist seit zwei Jahren immer wieder Thema. Seitens Trimbach ist bereits Kritik laut geworden. Denn gemäss Vertrag sollten die fünf Gemeinden Olten, Winznau, Hauenstein-Ifenthal, Wisen und Trimbach mithilfe eines Gemeinschaftsmodells zusammen an einer Lösung arbeiten – eine neue Studie der Gemeinde Trimbach suggeriert, dass das Gegenteil der Fall ist: dass die Sozialregion im Leitgemeinde-Modell geführt wird.

Martin Bühler, Trimbachs Gemeindepräsident, sagt: «Der Vertrag, den wir unterschrieben haben, wurde so nie umgesetzt.» Denn das Oltner Parlament bestimme im Alleingang über Führung und Budget, obwohl Letzteres gemäss Vertrag jährlich den betroffenen Gemeinden vorgelegt werden müsse. Marion Rauber, Stadträtin Direktion Soziales, erwidert: «Im Bereich der Sozialhilfe und der Sozialadministration besteht im Kanton Solothurn ein Lastenausgleich. Das heisst, die Einwohnergemeinden beteiligen sich mit einem Pro-Kopf-Betrag an den Sozialhilfekosten. Diese Beiträge werden vom Regierungsrat beschlossen und sind nicht direkt von den betroffenen Gemeinden und Sozialregionen steuerbar.» Im Moment sei der ausschlaggebende Punkt, wer die Budgethöheit innehabe und das Personal anstelle.

Jetzt stehen Änderungen an: Bühler sagt: «Im August findet die nächste Sitzung der Sozialregion statt. Ziel ist es, herauszufinden, wie wir zu einer gemeinsamen Region wachsen können.» In erster Linie müsse dabei definiert werden, wer die Sozialregion überhaupt steuere und wer die Ziele bestimme. Er ergänzt: «Vorschriften allein



Die im Vergleich hohe Sozialhilfequote Trimbachs steht im Zusammenhang mit sozialen Brennpunkten wie etwa dem Rankwogquartier.

Bild: Bruno Kissling

«Im Moment bezahlt Trimbach überdurchschnittlich viel.»



Martin Bühler
Gemeindepräsident Trimbach

reichen nicht. Wir müssen definieren, wie diese umgesetzt werden.» Die Gemeinden sollen künftig an einem Strick ziehen. Die Leitung zu übernehmen, heisse für die Stadt Olten nicht, zu befehlen, sondern Verantwortung zu übernehmen. Denn der Zusammenschluss soll ein Nutzen für die gesamte Region sein. «Die Sozialregion Olten ist eine Chance, etwas Bestehendes noch besser zu machen», sagt er.

Den Vertrag nach 10 Jahren Laufzeit erneut anzuschauen und zu aktualisieren, macht auch aus Sicht der Stadt Olten Sinn, wie Rauber schreibt. Sie ergänzt: «Die Vertragsgemeinden sind in

regelmässigem Austausch.» Mittlerweile liege ein rechtlich geprüfter Entwurf eines Vertrages vor, der technische Anpassungen, Präzisierungen und ein neues gemeinsames Leitorgan mit allen Gemeindevertretungen enthalte. Auf Wunsch der Gemeinden werde zudem das Mischspracherecht ausgebaut.

Martin Bühler hofft, den Trimbacherinnen und Trimbachern bis Dezember einen neuen Vertrag vorlegen zu können. Denn Trimbach ist mit der höchsten Sozialhilfequote im Kanton ein Sonderfall – und somit stark auf die Hilfe der Region angewiesen. Aufgrund der Nähe zu Olten werde Trimbach oft als

Stadtteil angesehen. Dies sowie der günstige Wohnraum und die Steuerpolitik führten dazu, dass Trimbach die Ausgabenstruktur einer Stadt, jedoch die Einnahmenstruktur eines Dorfes habe.

Abwägen und ausrechnen steht an der Tagesordnung

Zudem ist die Gemeinde laut Bühler zu einer Art sozialem Auffangbecken geworden. Dies führt unter anderem zu Problemquartieren wie in der Rankwog. Bühler wünscht sich eine faire Kostenverteilung. Er sagt: «Im Moment löst Trimbach nicht nur viele Probleme für die Region, Trimbach bezahlt auch noch überdurchschnittlich viel.»

Abwagen und ausrechnen steht für den Gemeindepräsident bei allen Geschäften an der Tagesordnung. «Trimbach hat nicht sechs Patronen im Revolver, wir haben genau eine. Der Schuss muss sitzen», sagt Bühler bezüglich der knappen Finanzen und des strukturellen Defizits, mit dem Trimbach leben müsse. Dennoch ist Bühler überzeugt, dass eine Lösung gefunden werden kann, und er hofft auf Solidarität. Ob er in der Zwischenzeit Projekte, ähnlich wie der Spielnachmittag im Rankwog-Quartier, aufgleisen möchte? «Nein. Wenn Sie kein Geld haben, überlegen Sie sich jeden Schritt ganz genau.»

Jugendlichkeit ohne Alterslimite

Im Rahmen der Ballyana-Sonderausstellung «Bally Monsieur – der Herrenschuh seit 1851» referierte Historiker André Schluchter über die Jugendlichkeit als Geschäftsmodell. Weitere Vorträge im Rahmen der Ausstellung sind geplant.

Seit 2010 betreibt die vor 21 Jahren gegründete Stiftung Ballyana in Schönenwerd ein Museum mit der Idee, die Erinnerung an die Ballygeschichte zu erhalten. Gemeinsam mit 45 Freiwilligen sorgt Stiftungspräsident Philipp Abegg dafür, dass die Welt des 21. Jahrhunderts Zugang hat zu rund 250 Jahren Industriegeschichte.

Das Museum bietet denn auch eine grosse Auswahl an Bally-Schuhmodellen, Produktionsmaschinen und vielem mehr aus vergangenen Zeiten; wer will, kann per Knopfdruck sogar die marktdurchdringende Fabrikssirene zum Heulen bringen, welche vor gut 100 Jahren die Arbeitenden daran erinnerte, dass nun der Arbeitstag beginnt. Aktuell wird im Ballyana-Museum mit der Sonderausstellung «Bally Monsieur»

der Themenschwerpunkt auf die Entwicklung des Herrenschuhs gelegt. Die dazu stattfindende Vortragsreihe kann von Interessierten kostenlos besucht werden.

Den Auftakt dazu gab Historiker und Ballyana-Volunteer-Mitglied André Schluchter kürzlich mit seinem illustrierten Referat «Jugendlichkeit als Geschäftsmodell».

Nach dem Krieg kommt Zeit der Jugendlichkeit

Der Fokus seines Vortrags lag dabei auf der Entwicklung des Herrenschuhs nach dem Zweiten Weltkrieg. «In der Nachkriegszeit wurde Jugendlichkeit erstmals zum erstrebenswerten Gut», erläuterte der 70-Jährige. Zuvor wurde die Jugend mit Attributen wie Eitelkeit und Torheit verbunden.

Mit der Entwicklung der westlichen Industrieländer zur Konsum- und Wohlstandsgesellschaft änderten sich jedoch die Werte und Normen – Jugendlichkeit galt nun als attraktiv.

1945 richtete sich darum die Hauszeitschrift der Vertriebsorganisation Bally-Arola an das Verkaufspersonal mit den Worten: «Wenn ein Geschäft nicht verdorren will, dann muss es sich um die Jugend kümmern.» Finanziell gut gestellte Jugendliche wurden somit zur neu entdeckten Käuferschicht.

Der Loafer erobert die Modebranche

Neben der Modelinie «Jeunesse», welche vor allem an die junge Frau gerichtet war, wurde auch den Herren zunehmend Aufmerksamkeit ge-



André Schluchter in der Ballyana in Schönenwerd. Bild: Denise Donatsch

schenkt. «Die Frauen wurden dazu angehalten, die Männer zu guter Kleidung zu erziehen», so Schluchter. Die Werbung half tatkräftig mit, indem sie auf Plakaten unmissverständlich zu erkennen gab, mit welchem Dresscode man bei den

Frauen punkten könnte. Schlicht und elegant sollte der lederne Herrenschuh daherkommen. Als jedoch 1952 amerikanische GIs in der Schweiz Urlaub machten, begann der Siegeszug des Loafers, eines Freizeitschuhs, in den man den

Fuss elegant hineingleiten lassen kann. Und spätestens als Alain Delon im Film «Plein Soleil» in den Loafer eines soeben von ihm ermordeten Mannes schlüpfte, war der Schuh nicht mehr aus der Herrenabteilung wegzudenken. «Stets wurde darauf geachtet, die Maskulinität dieses Modells zu betonen», weswegen man ihn der Kategorie «Club-Style» zugeordnet habe.

Auch dem reiferen Mann, dem «Monsieur», sei es nun erlaubt gewesen, zu jugendlicher Mode mit Freizeitcharakter zu greifen, so Schluchter weiter. Mit dem neuen Motto «Jugendlich, aber an kein Alter gebunden» wurde denn auch ein bis heute gültiges Modecredo erschaffen.

Denise Donatsch