

Platz da?!

Aktionsmonat
Öffentlicher Raum für alle



Schlussbericht

Mai 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Resümee	3
2. Zielgruppen	3
3. Wirkung und Intervention	3
4. Zielerreichung der Angebote.....	4
4.1. Prävention	4
4.2. Partizipation	7
4.3. Sensibilisierung.....	8
4.4. Integration.....	10
5. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.....	11
5.1. Printwerbung.....	11
5.2. Internet, Facebook und Instagram	11
5.3. Öffentlichkeitsarbeit.....	12
5.4. Präsenz im öffentlichen Raum.....	12
6. Trägerschaft und Kooperationen	12

1. Resümee

Platz da?!, der Aktionsmonat „Öffentlicher Raum für alle“, präsentierte im Mai 2017 zum vierten Mal sozio-kulturelle und künstlerische Aktionen auf belebten Plätzen und überall dort wo Menschen aufeinandertreffen. Aufgrund der positiven Erfahrungen aus dem Vorjahr wurde Platz da?! 2017 erneut dezentral durchgeführt. Das zentrale Element war auch 2017 mobil: Die fahrbare Plattform „adapter“ wurde als Raum für Workshops, als Strassenkaffee, als Bühne, als Ausstellungs- und Installationsplattform sowie als Radiostudio genutzt. Als temporäre Anlagen im öffentlichen Raum standen zudem der mobile Pumptrack und das Strassenfussballfeld auf zwei verschiedenen Plätzen für einen längeren Zeitraum zur freien Nutzung zur Verfügung.

Der öffentliche Raum muss stetig vielfältigeren und komplexeren Ansprüchen gerecht werden. Private und kommerzielle Nutzung schliessen Jugendliche und andere Zielgruppen immer mehr von der freien nicht gewinnorientierten Belegung des öffentlichen Raumes aus. Platz da?! überraschte die Bevölkerung von Solothurn und der Region mit vielfältigen Aktionen und regte zu Diskussionen und Erfahrungen an, die sich bei den Beteiligten einprägten und ihr Bewusstsein für die Nutzung des öffentlichen Raumes nachhaltig stärkte.

Platz da?! 2017 profitierte vom mittlerweile hohen Bekanntheitsgrad des Aktionsmonates und der damit verbundenen Neugier und Bereitschaft der Bevölkerung zur Mitwirkung. So erreichten die 46 gemeinsam mit 63 Partnern durchgeführten Einzelaktionen verteilt auf 17 Tage grosse Aufmerksamkeit und eine hohe Beteiligung (rund 3500 Personen). Die vielen positiven Reaktionen unterschiedlichster Personen, Organisationen und Unternehmen lassen den Schluss zu, dass Platz da?! erneut seine Ziele erreichen und seine Wirkung weiter entfalten konnte.

2. Zielgruppen

Platz da?! richtete sich an die gesamte Bevölkerung und verstärkte das verständnisvolle Miteinander von Menschen aller Generationen und Kulturen.

Da Kinder und Jugendliche in ihrem Nutzungsverhalten im öffentlichen Raum oft Aufsehen erregen und zuweilen auch Unmut erzeugen, setzte Platz da?! wiederum einen Fokus auf diese Zielgruppe. Das vielfältige Programm der vierten Durchführung ermöglichte den jungen Menschen mit ihren Peergroups neue Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Raums zu entdecken und gleichzeitig Interaktion, gemeinsames Erleben und gegenseitigen Austausch mit anderen Generationen und Kulturen zu erfahren.

Dies galt ebenso für alle andere Generationen (Kinder bis Senioren). Erstmals erreichte Platz da?! auch sogenannte Randgruppen und band diese in einzelne Programmpunkte ein.

3. Wirkung und Intervention

Auf eine Intervention – temporäre optische Umgestaltung eines Teiles des öffentlichen Raumes – wurde erstmals verzichtet. Stattdessen setzten die temporär platzierten Anlagen, der mobile Pumptrack auf dem Kreuzackerplatz (3. bis 24.5.) und das Strassenfussballfeld auf dem Dornacherplatz (10. bis 18.5.) Akzente und konnten ausserhalb der Nachtruhe frei genutzt werden. Der Pumptrack wirkte besonders bei Kindern als Anziehungspunkt und so war dort wenn es nicht regnete, immer reger Betrieb: die Kinder fuhren mit ihren Zweirädern ihre Runden und Eltern und kleinere Geschwister kamen auf dem Platz in Kontakt miteinander. Das Strassenfussballfeld motivierte vor allem Jugendliche und junge Erwachsene unterschiedlichster Nationalitäten sich beim gemeinsamen Fussballspiel zu messen oder ganz einfach zum Plausch zu „tschutzen“.

Platz da?! brachte die Menschen erneut dazu, sich ihren Platz im öffentlichen Raum zu nehmen. Nach vier Jahren lässt sich feststellen, dass die Botschaft von Platz da?! in Solothurn angekommen ist und auch ausserhalb des Aktionsmonates, Menschen sich vermehrt ihren Platz im öffentlichen Raum nehmen, diesen aber auch anderen überlassen. So stellen beispielsweise Anwohner der Altstadt einen Tisch mit Stühlen in der Gasse auf und geniessen dort ihr Abendessen. Natürlich ist auch Solothurn nicht frei von Nutzungskonflikten, doch vielleicht hat die Sensibilität für das Thema zugenommen und hilft hoffentlich damit die Akzeptanz zu fördern. Dass diese Akzeptanz auch an Grenzen stösst, zeigte eine Rückmeldung eines Anwohners des Kreuzackerplatzes, die besagte, dass sich dieser in seiner Ruhe doch sehr gestört gefühlt habe und Platz da?! seinen Entscheid bekräftigt habe bald aus Solothurn wegzuziehen.

4. Zielerreichung der Angebote

Das weit gefasste Thema „Öffentlicher Raum für alle“ wurde in die vier Themenbereiche Prävention, Partizipation, Sensibilisierung und Integration eingeteilt, welchen bestimmte Wirkungsziele zugeordnet wurden. Die Zuteilung und Abgrenzung der einzelnen Angebote ist nicht trennscharf und sie könnten in ihrer Wirkung oft mehreren Themenbereichen zugeordnet werden.

4.1. Prävention

Die Aktionen mit präventivem Charakter verfolgten das Ziel mit kreativen und gesundheitsfördernden Angeboten zu inspirieren und Alternativen zum passivem Konsumverhalten aufzuzeigen. Bei diesen Angeboten beteiligten sich Personen aus allen Altersgruppen wie auch aus verschiedensten Kulturkreisen.

- **Mobiler Pumptrack**

Der Pumptrack auf dem Kreuzackerplatz war rund drei Wochen öffentlich zugänglich. Tagsüber zog die Anlage viele Kinder und Familien an. Gerade kleine Kinder auf Laufrädern verbesserten ihr Gleichgewicht und gewannen an Sicherheit. Auch Jugendliche und ganze Nachwuchs-Bikegruppen waren regelmässig im Pumptrack unterwegs. Besonders faszinierend war die Beobachtung, dass sich trotz der Unterschiede bei Tempo, Grösse und Können der Nutzenden „der Verkehr“ wie selbstverständlich von alleine regelte. So fuhren angehende Profis mit den Kleinkindern auf ihren Laufrädern um die Wette, nahmen Rücksicht aufeinander, tauschten Tipps und Tricks aus, halfen einander mit Helmen aus und unterstützten sich gegenseitig beim Kette einhängen. Auch die Eltern, die mit ihren Kindern zum Pumptrack kamen, tauschten sich miteinander aus. Besucher und Besucherinnen picknickten unter den Bäumen während die Kinder ihre – teils endlosen - Runden drehten. Kulturelle Herkunft und Alter traten im und neben dem Pumptrack in den Hintergrund und ein positives Miteinander kam zu Stande. Zusätzlich bot der Pumptrack auch Jugendlichen eine besondere Möglichkeit mitten in der Stadt ihre Zeit sinnvoll und aktiv zu verbringen.

- **Offenes Training im Pumptrack**

Trotz kühlen Temperaturen fand sich ein gutes Dutzend Jugendliche ein, die von der White Stone Bike Crew geeignete Bikes und Helme zur Verfügung gestellt bekamen und dann dank ihren Tipps im Pumptrack mit zunehmender Sicherheit und Tempo ihre Runden drehten. Auch weniger sportliche und scheue Jugendliche konnten die Biker für erste Runden motivieren und so gelang es ihnen alle Anwesenden einzubinden und ihr Selbstvertrauen zu stärken.

- **Pumptrack Rennen für alle**

Mit einer professionellen Zeitmessung war die White Stone Bike Crew für das Rennen am Start. In den Kategorien Kinder und Erwachsene beteiligten sich rund 30 Personen, die mit grossem Eifer, aber auch viel Freude dabei waren. Das Rennen bot auch den Passanten und Passantinnen ein unterhaltsames Spektakel.

- **Mach dein Velo flott**
 Als Rahmenprogramm zum Pumptrack bot an zwei Mittwochnachmittagen das Fahrradgeschäft Fahrradies aus Luterbach mit einer mobilen Velowerkstatt seine Dienste auf dem Kreuzackerplatz an. Diverse Jugendliche nutzten das Angebot, um kleinere Reparaturen an ihren Bikes vorzunehmen. Bei der zweiten Durchführung wurde statt repariert, das Können auf den von Fahrradies mitgebrachten Slacklines rege getestet.
- **„sicher fägt's!“ Hindernisparcours und Bring- und Holtag**
 Zur Eröffnung des Pumptracks waren die Stadtpolizei Solothurn und so!mobil vor Ort. Kinder und Jugendliche konnten ihre Fähigkeiten im Hindernisparcours testen und wurden über die Gefahren im Strassenverkehr aufmerksam gemacht. So wurde der „tote Winkel“ am eigens mitgebrachten LKW demonstriert. Der unkomplizierte Umgang der Mitarbeitenden der Polizei wirkte niederschwellig und lud Gross und Klein zum Mitmachen ein. Der Bring- und Holtag für Kindervelos etc. blieb ohne Nachfrage.
- **Ein Festessen gegen die Verschwendung**
 Das Thema Lebensmittelverschwendung auf lustvolle, kreative und partizipative Art im öffentlichen Raum inszenieren, um damit eine breite Bevölkerung dafür sensibilisieren zu können, sich bewusster mit dem eigenen Umgang mit Lebensmitteln auseinanderzusetzen. Dies war der Grundgedanke für diese Aktion, die innerhalb des gesamten Monats zum Höhepunkt werden sollte. Der Planungsaufwand war enorm, das Resultat grossartig und das Echo phänomenal – es hatte sich also gelohnt. Mit dem Einsatz von Laien-Kochgruppen wurde aufgezeigt, dass jeder und jede auch ohne fixen Warenkorb und Rezept aus unterschiedlichsten Lebensmitteln ganz spontan feine Speisen kochen kann. An sechs Kochstationen bewiesen dies die Cooking-Lions, s'Chochklübli, die Solothurner Landfrauen, der Verein „Solothurn hilft“ gemeinsam mit minderjährigen unbegleiteten Flüchtlingen, Guerilla Catering und der Familienverein Solothurn. So unterschiedlichen Alters, Status und Herkunft wie die Kochgruppen waren auch die Besucher und Besucherinnen, die eine grossartige Vielfalt an Gerichten an den langen schön dekorierten Tafeln auf dem Kreuzackerplatz kosten (kostenlos, Kollekte war erwünscht) und im Vorfeld den Köchen und Köchinnen beim Zubereiten zuschauen konnten. Insgesamt wurden rund 500 Portionen zubereitet und abgegeben. Diese entstanden aus ca. 300 Kilo Lebensmitteln (Gemüse, Früchte, Salat, Brot, Fleisch etc.), die von Schweizer Tafel, Aldi Suisse, Growa Bellach, Lanz Biberist, Bell Oensingen und dem Rosegg Hof zur Verfügung gestellt wurden. Reste gab es keine, da die am Ende noch vorhandenen Lebensmittel unter den Beteiligten verteilt worden sind. Beeren und Früchte wurden zudem von Freiwilligen gerüstet und von Passanten und Passantinnen mit den Frappé-Velos zu Smoothies oder Frappés verarbeitet. Passend zum Thema wurde das von Bäckereien neu lancierte „Bread Beer“ (gebraut aus Brotresten) verkauft. Zahlen und Fakten zum Thema Lebensmittelverschwendung wurden in einer kleinen Ausstellung im „adapter“ präsentiert und es wurden Infobroschüren vom Verein Foodwaste verteilt. Die Beteiligten und die Gäste diskutierten angeregt und so wurde bei allen das Bewusstsein für den sorgsamen Umgang mit Lebensmitteln im eigenen Haushalt geschärft. Der Anlass war durchwegs ein Erfolg und bereits vor Ort dachten die Landfrauen darüber nach, in ihrem Dorf einen ähnlichen Anlass im kleineren Rahmen durchzuführen.
- **Kinder kochen gegen die Verschwendung**
 Auch die Kleinsten wurden dank der Beteiligung des Familienvereins Solothurn mit eingebunden. Mit Eifer und Freude halfen die Kinder beim Verarbeiten der Speisen und schwangen den Kochlöffel - ihre Apfelkuchlein waren einer der grossen Renner.

- **Blue Cocktail Bar**
Die farbenfrohe Blue Cocktail Bar mit ihren vielfältigen leckeren Drinks bereicherte vier Aktionen. Beim Open-Drink-Mix lernten Jugendliche und Kinder unter fachkundiger Anleitung das Mixen alkoholfreier Drinks. Auch Passanten und Passantinnen kamen so in den Genuss der schmackhaften Drinks, die bewiesen, dass auch ein Getränk ohne Alkohol gute Stimmung verbreiten kann. Das Team des Blauen Kreuzes wusste gekonnt mit den unterschiedlichen Zielgruppen umzugehen und diese zu sensibilisieren, ganz egal, ob bei der Eröffnung des Pumptracks oder beim Jugendfussballturnier.
- **Nationale Dialogwoche Alkohol**
Das Blaue Kreuz Solothurn bot zusammen mit der PERSPEKTIVE Solothurn-Grenchen, so!mobil, der Stadtpolizei Solothurn, casa fidelio, den AA und AI-ANON sowie der Stiftung IdéeSport zum Thema „Wie viel ist zu viel?“ ein vielseitiges Programm auf dem Kronenplatz mit Fahrsimulator, Rauschbrillenparcours und der Blue Cocktail Bar an. Der Anlass richtete sich sowohl an Jugendliche wie auch an Erwachsene und bot für jede Altersgruppe etwas Passendes. Die Akteure kamen niederschwellig mit Passanten und Passantinnen ins Gespräch, verteilten Broschüren und Give-aways.
- **Tauschbörsen**
Der Verein Zeittausch und die Düsenjet – Bildung und Kultur GmbH luden die Bevölkerung ein Pflanzen, Platten und Kleider zu tauschen. Die Aktion wollte die Leute dafür sensibilisieren, dass Sachen, denen man überdrüssig ist oder keine Verwendung mehr dafür hat, anderen Menschen zu Gute kommen können. Der Grundgedanke dabei war es, Dinge mitzubringen und sie gegen etwas Anderes einzutauschen oder etwas gegen einen Beitrag in die Kollekte mitzunehmen. Auch der Kaffee- und Kuchenstand funktionierte via Kollekte. Das Angebot stiess auf äusserst positive Resonanz und viele Passanten und Passantinnen, die im Vorfeld nicht informiert waren, fuhren nach Hause, um dann spontan ihre Sachen vor Ort zu tauschen. Für gute Stimmung auf dem Kreuzackerplatz sorgten zudem die DJ's, die auf der mobilen Plattform „Düsenjet“ ihre Lieblingsmusik spielten.
- **Werkatelier mobil**
Das Werkatelier der Quartierarbeit Solothurn West hatte seine Nähmaschinen und Stricknadeln eingepackt, um den Leuten zu zeigen, wie mit wenig Aufwand Sachen verschönert oder innert Kürze etwas Neues aus bestehendem Material gemacht werden kann. Die versierten Leiterinnen des Werkateliers gaben wertvolle Ratschläge und zeigten ihre kreativen Tricks.
- **Mobile Siebdruckstation**
Die mobile Siebdruckstation war an der Kleidertauschbörse und am Flohmarkt unterwegs, wo sich viele Personen diverse Kleidungsstücke bedrucken und damit zu Einzelstücken verschönern liessen. Die Begeisterung für das Handwerk bzw. das Resultat davon war besonders auch bei Kindern gross und so wurde die Siebdruckstation spontan und mit Erfolg auch bei der Aktion KIEZ überrascht... eingesetzt, da so niederschwelliger Kontakt möglich wurde.

4.2. Partizipation

Die partizipativen Angebote ermöglichten Beteiligung und förderten die Mitwirkung. Damit wurde eine konstruktive Aneignung und Mitgestaltung öffentlicher Räume durch verschiedene Generationen und Kulturen erreicht.

- **Strassenfussballfeld**
 Das Strassenfussballfeld auf dem Dornacherplatz war während 10 Tagen allen frei zugänglich. Fussbälle konnten selber mitgebracht oder aber beim Alten Spital ausgeliehen werden. Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene, viele davon ausländischer Herkunft, machten in ihrer Freizeit Gebrauch vom Strassenfussballfeld. So lud der Dornacherplatz für einmal nicht nur zum Verweilen, sondern auch zur aktiven Betätigung ein.
- **Surprise Strassenfussball Training und Turnier**
 Der Verein Surprise engagierte sich mit dem Ziel den Strassenfussball für Randständige auch in Solothurn bekannt zu machen. Dafür stellte Surprise eines seiner Strassenfussballfelder zur Verfügung und führte ein Training sowie ein erstes Turnier in Solothurn durch. Eine motivierte Mannschaft aus dem Umfeld der Gassenküche hatte sich dank der Zusammenarbeit mit der Perspektive formiert und beim Training beteiligten sich ebenfalls Bewohner vom Casa Fidelio. Für das Turnier kam es dann kurzfristig zu Absagen und es fand gemäss Aussage der Surprise-Verantwortlichen das kleinste je durchgeführte Turnier statt. Doch es scheint, als ob das Engagement trotzdem Früchte tragen wird, so sind die „Chuchi Kickers“ und ihre Betreuer motiviert, sich an weiteren Surprise Turnieren in anderen Schweizer Städten zu beteiligen.
- **Multikulti Streetsoccer Turnier**
 Die Zusammenarbeit mit Christoph Birrer von APA (Platz für alle) Olten, der als langjähriger Organisator des Multikulti Streetsoccer Turniers in Olten (2017 fand dies bereits zum achten Mal statt) viel Erfahrung und ein grosses Netzwerk mitbrachte, führte das 1. Multikulti Streetsoccer Turnier in Solothurn zum Erfolg. 10 Mannschaften kämpften fair und bei bester Stimmung um den Sieg. Nebst mehreren Teams mit Flüchtlingen unterschiedlichster Nationalität, beteiligte sich das Kofmehl-Team und diverse Mannschaften aus der ganzen Schweiz. Auf und neben dem Spielfeld wurde bewiesen, dass Fussball für Gemeinsamkeit und Verständigung sorgen kann, auch wenn dies via Sprache nicht möglich ist. Richtige Stadionatmosphäre kam dank der passenden Musik des Radiologisch Teams aus dem mobilen Radiostudio sowie den gekonnten, humorvollen Kommentaren des langjährigen FC Solothurn Stadionspeakers Jürg Naegeli auf. Und last but not least natürlich dank den legendären Curry-Würsten und Kartoffeln von Guerilla Catering. Für die kleineren Gäste waren das Microsoccer-Spielfeld, der Karton-Töggelikasten und die Wey-Kicks (Brettspiele) Anziehungspunkte und ihre Mütter konnten sich mit einem Muttertagsdrink und Zeitschriften in ihr eigenes Zelt zurückziehen und entspannen.
- **Strassenfussball Jugendturnier**
 Das schöne und heisse Frühsommerwetter sowie die wenige Tage zuvor eröffnete Badi veranlassen einige, der angemeldeten Teams sich kurzfristig wieder abzumelden. Dennoch fanden sich schlussendlich drei Teams, die ein von Fairplay bestimmtes Turnier, unter der Leitung und nach den Regeln der Strassenliga Nordwestschweiz, durchführten. Die Jugendlichen hatten dermassen viel Spass, dass trotz der Hitze im Anschluss gleich noch ein weiteres kleines Turnier angehängt wurde.
- **Wir treiben's bunt! - Kreidewerkstatt und rot-gelb-grün-blau... - Kreidemalen**
 Der Verein Quartierspielplätze Solothurn setzte gemeinsam mit 60 Kindern einen – wenn auch vergänglichen – farbenfrohen Akzent. Die kleinen Streetart-Künstler und Künstlerinnen verwandelten den Kreuzackerplatz mit ihren selbst hergestellten Kreiden in ein einziges grosses Kunstwerk. Die

Kinder erfuhren so, dass der öffentliche Raum auch ihnen „gehört“ und sie sich dort entfalten dürfen.

- **Pfadi Spielfest**
Vom schlechten Wetter liessen sich die Pfadiabteilungen Solothurn und St. Urs nicht beirren und führten gemeinsam mit ungefähr 120 Pfadis ein Spielfest in den Gassen und auf den Plätzen der ganzen Stadt durch.
- **Platzgen**
Als besonderen Programmpunkt brachten der Lions Club Solothurn gemeinsam mit dem Platzgerclub Biberist die traditionelle ländliche Sportart Platzgen für einmal in die Stadt. Sie animierten Passanten und Passantinnen die sogenannten Platzge möglichst zielgenau ins eigens neben dem Pumptrack aufgebaute Ries zu werfen. Mit Neugier und der Freude etwas Neues kennen zu lernen, beteiligten sich Klein und Gross am Wurf-Wettbewerb.
- **Jugendtheaterkurs**
Mitten in der Stadt Theaterluft schnuppern, dies war das Angebot des Solothurner Vereins Theater Mausefalle. Obwohl sich nur eine kleine Zahl Jugendliche an den zwei öffentlichen Theaterkursen beteiligten, boten diese den zufällig Vorbeikommenden eine ungewohnte Abwechslung.
- **SpaceDance**
Gemeinsam mit vier Kindern kreierte der Choreograph und Tänzer Oleg Kaufmann einen vom Ort inspirierten Tanz auf dem Kreuzackerplatz. Leider blieben spontane Teilnahmen aus, dafür erregte die Tanzperformance grosse Aufmerksamkeit, vielleicht auch etwas Irritation und somit sorgte sie für Diskussionen.
- **Bühnenperformance Workshop und Offene Bühne der Solothurner Literaturtage**
Obwohl der Workshop in Zusammenarbeit mit den Solothurner Literaturtagen im Vorfeld gezielt beworben wurde und auch die Schulklassen, die im Rahmen ihrer Workshops Texte schrieben sowie die Mädchen des Rap Workshops speziell auf das Angebot hingewiesen wurden, blieb die Bühne des Gewölbekellers leer und die Plattform an den Literaturtagen aufzutreten ungenutzt.
- **Prämierung Jugendprojekt 2016**
Bereits zur Tradition von Platz da?! gehört die Prämierung des Jugendprojektes der Jugendkommission der Stadt Solothurn im öffentlichen Raum. Nominiert waren die Jugendarbeit der Reformierten Kirche Solothurn und die interkulturelle Theatergruppe The FutStep, die am Ende als Siegerin gekürt worden ist. Aufmerksamkeit war dem Anlass im und vor dem „adapter“ auf dem Kreuzackerplatz nicht nur bei den Beteiligten sicher, sondern auch bei Passanten und Passantinnen.

4.3. Sensibilisierung

Folgende Aktionen erhöhten das Bewusstsein für unterschiedliche Ansprüche und Bedürfnisse im öffentlichen Raum und sensibilisierten für Möglichkeiten und Grenzen. Neue Erkenntnisse und Erfahrungen regten zu Diskussionen und Reflexionen an und förderten das verständnisvolle Miteinander vielfältiger Nutzungen im öffentlichen Raum.

- **Kunstkübel – mit Farbe gegen Littering!**
Diese Aktion musste in den Juni verschoben werden, da sich herausstellte, dass der gewählte Zeitpunkt mit der Zielgruppe nicht kompatibel ist. Dies hat sich gelohnt, nahmen doch dann bei der Durchführung unzählige sprayfreudige Weststadt-Kids teil, um die sechs Kehrriechkübel unter kompetenter Leitung neu zu gestalten.

- **RAUSausHaus – Street-Performance**
 Als Künstlerkollektiv RAUSausHaus performen der Solothurner Oleg Kaufmann und die Bernerin Lisa Jenny seit einigen Jahren gemeinsam auf der Strasse. So nun erstmals auch in den Gassen und auf den Plätzen der Stadt Solothurn. Mit ihren eigenwilligen Aktionen irritierten sie Passanten und Passantinnen und bezogen diese – sofern sie dies wollten - aktiv in ihre Performance ein. So wurden beispielsweise Zonen auf Plätzen definiert, auf denen „Platz zum Drehen“ oder „Platz zum Abkühlen“ war. Auch unter den Zuschauern und Zuschauerinnen war für Diskussionsstoff gesorgt...
- **Kettenreaktion 2016 - Buchpräsentation**
 Die Resultate des Kunst- und UrbanArt-Festivals, das im Herbst 2016 die halböffentliche Industriebranche im Attisholz bespielt hatte, wurden auf eindrucksvolle Art und Weise in einer Publikation (Buch und DVD) sowie an diesem Wochenende im Alten Spital mit zwei- und dreidimensionalen Werken sichtbar gemacht. Die Initianten vom Verein Beneath the Surface BTS sowie viele Künstler und Künstlerinnen waren vor Ort und diskutierten mit den interessierten Besuchern und Besucherinnen, die wegen des schönen Frühsommerwetters nicht ganz so zahlreich erschienen waren. Die Anwesenden liessen sich in die einzigartige Welt der Zellulosefabrik Attisholz entführen und tauchten in die künstlerischen Gestaltungen des Projektes ein.
- **Deine virtuelle Welt im öffentlichen Raum**
 Fünf Jugendliche bereiteten über mehrere Wochen gemeinsam mit der Jugendarbeit die Aktion Minecraft vor, die zum Ziel hatte, dass die Jugendlichen Interessierten einen Einblick in ihre virtuelle Welt des Open-World-Spiels geben. Mit Begeisterung und Elan blieben die Jugendlichen dran und planten die Umsetzung im öffentlichen Raum, die technisch ihre Tücken hatte (Projektion bei Tageslicht, Internet im öffentlichen Raum). Die Jugendlichen kommentierten das Spiel und beantworteten Fragen. Für Fragen zu Gefahren und allfälliger Onlinesucht stand den Eltern eine Fachperson der PERSPEKTIVE Solothurn-Grenchen zur Verfügung. Obwohl eine Gewitterfront vorüberzog und Eltern nur in überschaubarer Zahl vor Ort waren, waren die Jugendlichen zufrieden und verteilten den Passanten und Passantinnen Hot Dogs und die Blue Cocktailbar versorgte die Besucher und Besucherinnen mit alkoholfreien Drinks.
- **Glücksmomente: Gemeistert – von mir!**
 Die PERSPEKTIVE Solothurn-Grenchen sammelte alltägliche Glücksmomente von Passanten und Passantinnen und stellte diese als Audiobotschaften den Vorbeigehenden zur Verfügung. Diese waren eingeladen kurz innezuhalten und zuzuhören oder auch mehreren Botschaften zu lauschen. Ziel war es den Menschen aufzuzeigen, dass man sich auch über kleine Erfolge freuen kann und täglich stolz auf sich sein kann. Im strömenden Regen brachten die positiven Aussagen etwas Licht auf den düsteren Kronenplatz.
- **HörRaum**
 Die Audioinstallation „HörRaum“ ermöglichte den Passanten und Passantinnen akustisch ins Thema öffentlicher Raum einzutauchen. Als HörRaum wurde der „adapter“ prominent auf den Klosterplatz gestellt und überraschte Passanten und Passantinnen mit dem Klang von Räumen – eingefangen auf der ganzen Welt. Damit sollte eine weitere Irritation dafür sorgen, dass sich die Bevölkerung Gedanken zum Thema öffentlicher Raum macht.

- **KIEZ überrascht...**

Wegen einem technischen Problem und dem damit verbundenen Ausfall des „adapters“ musste diese Aktion um zwei Wochen verschoben werden. Was von den Akteuren einiges an Flexibilität verlangte, zeigte sich im Nachhinein als Vorteil, da aufgrund des BEKB-Familientages die Passantenfrequenz für einen Sonntag auf dem Kreuzackerplatz aussergewöhnlich hoch war. Mit bunten Plakaten, Farbe und Pflanzen gestaltete der noch junge Verein, seinen KIEZ rund um den „adapter“ und machte damit auf ihr Anliegen nach selbstorganisierten Orten und Räumen aufmerksam.

4.4. Integration

Die Aktionen mit integrativem Charakter machten nicht nur die Vielfalt der in der Schweiz lebenden Kulturen sichtbar, sondern brachte durch gemeinsames Mitwirken, Erleben und Erfahren Menschen unterschiedlichster Herkunft, verschiedener Generationen und Geschlechter miteinander in Kontakt und förderte den respektvollen Umgang.

- **Begegnungskaffee – Living Library und Generationenspiele**

Rund 15 Personen folgten dem Aufruf, sich im Rahmen eines Begegnungskaffees mit dem Titel „Living Library“ persönlich mit Menschen verschiedener Randgruppen auszutauschen. Als „menschliches Buch“ erzählten eine gehbehinderte Frau, ein unbegleiteter, minderjähriger Asylsuchender, eine homosexuelle Frau, ein transsexueller Mann und eine Frau, die aus religiösen Gründen ein Kopftuch trägt, ihre Geschichten. Der Anlass stiess bei vielen Passanten auf Interesse und brachte diese dazu sich zu einer oder nacheinander allen Personen hinzusetzen. Dank der persönlichen Geschichten, die viele Emotionen bis hin zu Tränen bei den Zuhörern und Zuhörerinnen auslösten, konnte das Verständnis für Randgruppen gefördert werden.

Das zweite Begegnungskaffee wollte mittels Spielen Generationen zusammenbringen. Doch leider konnten die Mitglieder der Grauen Panther wegen der kühlen Temperaturen keine Passanten oder Passantinnen zum Mitspielen bewegen.

- **Rap Workshop just for girls**

Gezielt als Genderangebot nur für Mädchen führte Carrie, Berns erste Rapperin, an drei Mittwochnachmittagen in die Kunst des Rappens ein, ohne dabei dem klassischen Frauen-Klischeebild entsprechen zu müssen. Rund 10 Girls zwischen 9 und 13 Jahren schrieben Texte und rappten – ein- oder mehrmals - im zum Studio umfunktionierten „adapter“ auf dem Amthausplatz. Es entstanden spannende Raps zu unterschiedlichsten Themen, darunter auch ein spezieller Muttertags-Rap, der sogar auf Radio32 zu hören war. Bei der letzten Sequenz machte das Team von Radiologisch Aufnahmen, die im Internet und wie immer im Oktober auch on-air zu hören sind.

- **Markt der Kulturen**

An sieben Marktständen boten Vereine oder Privatpersonen aus Albanien, Brasilien, Somalia, Sri Lanka, der Türkei, Thailand und Tunesien ihre landestypischen Speisen und Getränke an. Obwohl das Interesse bei der Bevölkerung da war, liess der Dauerregen ein längeres Verweilen und gemütliches Beisammensein nicht zu. Die Migrantinnen liessen sich dadurch aber nicht beirren und harrten bis zuletzt aus. Die kurdische Frauentanzgruppe nutzte sogar einen kurzen trockenen Moment für ihre Folkloredarbietung. Die letzte Stunde am Nachmittag liess dann vor allem die Herzen der jüngeren Besucher und Besucherinnen höher schlagen. Rund um die interkulturelle Theatergruppe The FutStep haben sich verschiedene junge Künstler und Künstlerinnen geschart, die das Publikum mit einem stündigen Programm auf der Bühne des „adapters“ – einem Mix aus Rap, Gesang, Gitarrenspiel, Tanzperformance – beglückten und sie zumindest für diese Zeit den strömenden Regen vergessen liessen.

- **Flohmarkt**

Der Flohmarkt hatte auch bei seiner zweiten Ausgabe auf dem Dornacherplatz Wetterglück und so war der grosse Platz voll mit bunten Ständen und Besuchern – multikulturell und generationenübergreifend. Nebst dem regen Marktbetrieb sorgten auch dieses Jahr das mobile Radiostudio von Radiologisch, das Essen vom Grill und aus den Pfannen des Guerilla Caterings und die Getränke aus der BarbaraBAR für grossartige Stimmung und ein gutes Gemeinschaftsgefühl. Der spontane Auftritt einer Luzerner Blasmusikkapelle auf der „adapter“-Bühne bewies, dass es bei Platz da?! wirklich Platz für alle und alles hat.

- **Collectors**

Der Velolieferdienst Collectors beteiligte sich mit seinem regulären Angebot am Flohmarkt und konnte diverse Schnäppchen und Trouvaillen für die Käufer und Käuferinnen nach Hause bringen. Die Woche zuvor lieferten insgesamt vier Collectors-Fahrzeuge sämtliche im Alten Spital gelagerten Lebensmittel direkt zu den Kochgruppen des Festessens gegen die Verschwendung auf dem Kreuzackerplatz an.

5. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

5.1. Printwerbung

Die Programmeporellos wurden in einer Auflage von 10'000 Stück gedruckt. Diese wurden dem Versand des Alten Spitals an rund 2'000 Adressaten beigelegt, an die Gemeindeverwaltungen in der Region Solothurn geschickt und zusammen mit A3 Plakaten von den Partnerorganisationen in der Stadt und Region Solothurn in Umlauf gebracht. Für spezifische Angebote oder Zielgruppen wurden separate Flyer (Programmpunkte für Oberstufenschüler, Markt der Kulturen, Festessen gegen die Verschwendung, Nationale Dialogwoche Alkohol, 1. Multikulti Streetsoccer Turnier, Strassenfussball Jugendturnier, Tauschbörsen, Bühnenperformance Workshop und offene Bühne der Literaturtage) durch Partner oder das Alte Spital erstellt und sowohl als Flyer wie auch digital in Umlauf gebracht.

5.2. Internet und Social Media

Die offizielle Website von Platz da?! (www.platzda-so.ch) wurde als Rubrik der Website des Alten Spitals (www.altesspital.ch) weitergeführt. Auf der Website der Jugendarbeit Solothurn (www.jugendarbeit-solothurn.ch) wurden ausgewählte Programmpunkte für Kinder und Jugendliche aufgeführt. Beide Seiten wurden laufend aktualisiert.

Verstärkt wurden dieses Jahr auch die Social Media Kanäle genutzt, wofür ein spezielles Konzept erstellt wurde, mit dem Ziel via Facebook und Instagram gezielt Veranstaltungen bewerben zu können. Die Facebook-Seite (www.facebook.com/platzda.so.ch/) wurde dazu verwendet die diversen Programmpunkte als Veranstaltungen zu erstellen, von den laufenden Angeboten Fotos zu posten und Medienberichte online zu präsentieren. Durch die Bilder sollten Leute auf die laufenden Aktionen aufmerksam gemacht werden, um sie für einen spontanen Besuch zu animieren. Anfang April wurde die Seite von 226 Personen mit „gefällt mir“ bewertet, diese Zahl konnte bis Ende Mai verdoppelt werden. Die einzelnen Beiträge erreichten zwischen 88 und 1223 Personen. Die Veranstaltungen wurden zwischen 4 und 139 mal pro Tag aufgerufen. Die Platz da?! Seite wurde insgesamt 13 Mal in externen Beiträgen erwähnt und von allen Partnerorganisationen verlinkt.

Neu lanciert wurde zudem ein Instagram-Account ([platzda.so](https://www.instagram.com/platzda.so)), um auch Jugendliche und junge Erwachsene, die grösstenteils nicht mehr auf Facebook sind, zu erreichen. Der Account, auf dem laufend Bilder der Aktionen gepostet wurden, hatte 42 „Follower“. Die jeweiligen Fotos erhielten zwischen 2 und 14 „likes“.

Zu Dokumentationszwecken wurden alle Aktionen fotografisch und/oder filmisch festgehalten. Die Impressionen (Bilder und Film) können online auf der Webseite eingesehen werden.

5.3. Öffentlichkeitsarbeit

Folgende Medien publizierten vor, während und nach der Durchführung von Platz da?! Beiträge:

- az Solothurner Zeitung
- AZEIGER
- Radio 32
- Radiologisch

5.4. Präsenz im öffentlichen Raum

Auf das gesamte Platz da?!-Programm wurde während dem ganzen Monat mit Plakatständern an den sechs wichtigsten Zugängen zum Stadtzentrum hingewiesen. An den Durchführungsorten der Angebote standen ebenfalls über den ganzen Monat Platz da?! Signalständer. Während der Aktionen wurde eine Klapptafel, bestückt mit grünen und schwarzen Platz da?! Ballonen, zur Kennzeichnung und Information aufgestellt. Alle Mitarbeitenden trugen grüne Platz da?!-Shirts und die Beteiligten und Helfer waren mit einem Platz da?! Button gekennzeichnet. Mit all diesen Massnahmen konnte erneut die Neugier von Passanten und Passantinnen geweckt werden und während dem Aktionsmonat ein grösstmöglicher Wiedererkennungswert erreicht werden.

Ebenfalls Wiedererkennungswert hatte die fahrbare Plattform, der „adapter“. Der umgebaute Opel Blitz war bereits zum zweiten Mal für Platz da?! im Einsatz und fungierte als Radiostudio, offene Bühne, Workshop- und Projektionsraum und vieles mehr. Überall wo das Fahrzeug auftauchte, erregte es bereits beim Aufbau grosse Aufmerksamkeit und Neugier.

6. Trägerschaft und Kooperationen

Als Trägerschaft fungierte erneut das Alte Spital Solothurn. Wie im Vorjahr war das Projekt bereichsübergreifend im Gesamtbetrieb verortet. Wegen personellen Vakanz in der Jugendarbeit, die bis anhin die Projektleitung sicherstellte, übernahm Eva Gauch die Gesamtleitung und Koordination. In der Phase der Kreation konnte sie auf die fachliche Unterstützung von Barbara Kläsi, der ursprünglichen Initiantin von Platz da?!, zurückgreifen. Für die konkrete Planung und Umsetzung konnte mit Nico Barth, der als Praktikant bereits bei der ersten Durchführung von Platz da?! mitgewirkt hatte, ein versierter, motivierter und bestens vernetzter Projektmitarbeiter von Februar bis Mai 2017 für eine befristete Anstellung gewonnen werden. Vom Zusammenspiel mit den Kompetenzen, dem Fachwissen, den Erfahrungen sowie dem Netzwerk aller Fachbereiche profitierte sowohl die Planungsphase wie auch die Durchführung.

Projektleitung	Eva Gauch, Betriebsleiterin
Projektmitarbeiter, Social Media	Nico Barth
Kommunikation	Barbara Gnägi, Seminar- und Kongresskoordinatorin
Infrastruktur und Logistik	Patrick Arni, Leiter technischer Dienst
Konzipierung/ Umsetzung Angebote	Jugend: Kaja Keiser, Simon Roth, Nico Barth Integration: Sarah Grossmann, Jano Jacusso Kultur: Barbara Gnägi, Senem Yüksel, Eva Gauch Quartierarbeit: Regula Aepli
Mitarbeit	Jeannine David, Heidi Flury, Enrico Pasquale, Fergie Hoang, Jan Trösch

Für die Ausarbeitung und Umsetzung der Aktionen konnte das Alte Spital Solothurn von der Kreativität und Professionalität von vielen Partnern aus der Stadt und Region Solothurn profitieren. Zu den bereits bestehenden Kontakten kamen neue Partner (Lions Club Solothurn, Graue Panther, APA Olten, Verein Surprise, TAMTAM produktion) dazu, die den Wirkungsgrad erweitert haben. Das Interesse an einer Zusammenarbeit war gross und die Motivation der Partner war spürbar und trug zu einer noch breiteren Vielfalt des Projek-

tes bei. Die Organisationen schätzten die gebotene Plattform sehr und sind sich der multiplizierenden Wirkung des Miteinanders bewusst. Alle Beteiligten, sowohl intern wie extern, waren mit grossem Engagement und Begeisterung dabei und dafür verdienen alle Mitwirkenden ein riesengrosses Dankeschön.

Diese Partner, Institutionen, Organisationen und Vereine haben Platz da?! durch Sachspenden, Arbeitskraft, finanzielle Unterstützung oder direkte Beteiligung unterstützt:

AEK Energie AG, Adrianos Bar & Café, Amiet und Kerle, ALDI Suisse AG, Aktionsprogramm „Gesundes Körpergewicht“ Kanton Solothurn, Amt für soziale Sicherheit Fachstelle Integration und Prävention, Baloise Bank SoBa, Bärenbach GmbH, Beneath The Surface BTS, Big Zis, Bike Days, Bikefestival Basel, Blaues Kreuz Fachstelle für Suchtprävention, Blue Cocktail Bar Solothurn, Caroline Montandon, CIVIC GmbH, c&h konzepte werbeagentur ag, Collectors Velo-Hauslieferdienst, Datasport AG, Däster-Schild Stiftung, Die Grüne Fee, Düsenjet, Dropa-Drogerie Tschumi, Druckerei Rothen, Fahrradies, Familienverein Solothurn, FC Solothurn, Flying Metal Crew, Gesundheitsförderung Schweiz, Graue Panther Solothurn und Umgebung, Growa Bellach, Guerilla Catering, GIBS, Jugendkommission der Stadt Solothurn, Kantonale Sportfachstelle Solothurn, Kettenreaktion, Lions Club Solothurn, Lisa Jenny, Martin Fankhauser, Microsoccer, Migros Kulturprozent, Molkerei Lanz AG, Nina Dick, Oleg Kaufmann, Öufi Bier, PERSPEKTIVE Solothurn-Grenchen, Peter Riner, Pfadi St. Urs und Stadt Solothurn, Pink Bild & Ton, Platzgerclub Biberist, Polizei Stadt Solothurn, Pro Velo Biel/Bienne, Quartierarbeit Solothurn West, Radiologisch, Roseghhof, s'Chochklübli, Schweizer Tafel, so-fein.ch Solothurner Landfrauen, Solothurner Literaturtage, Solothurn-hilft, so!mobil, Solothurner Spitäler AG, sowas ag, Sports Outlet Factory, Staatssekretariat für Migration SEM, Stiftung Alpenblick, Strassenliga Nordwestschweiz, Sterki Bau AG, Surprise Strassenfussball, TAMTAM Zentrum für Bewegung, Theater Mausefalle, Velo-Club Reinach VCR, Verein adapter, Verein Aktion Platz für alle APA, Verein Food Waste, Verein Kiez, Verein Quartiersspielplätze Solothurn, Verein ZeitTausch, VXCO Eventtechnik, Wechsel-Wirkung.ch, Werkhof Stadt Solothurn, Whitestone Bike Crew, Wy vom Wyhüsli