



Inschrijvingsformulier

Digitaal opsturen naar info@thuisindestad.be

U krijgt een ontvangstmelding

Waarvoor dient dit formulier?

Met dit formulier dingt u mee naar de 'Thuis in de Stad'-prijs 2011, U kunt per stad één, twee of drie projecten indienen. Gebruik voor ieder ingediend stadsproject een nieuw formulier.

Aan wie bezorgt u dit formulier?

Verstuur dit formulier voor 10 oktober 2011 om 17.00 uur online naar info@thuisindestad.be

Waar vindt u meer informatie?

U vindt meer informatie op onze website thuisindestad.be.

Gegevens van de stad die het project indient

1 Vul hieronder de naam in van de stad die het project indient.

Stad Kortrijk

Gegevens van de contactpersoon van het project

2 Vul hieronder de gegevens in van de contactpersoon van het project.

voornaam en achternaam Wouter Dursin

functie Gebiedswerker

straat en nummer Hellestraat 6

postnummer en gemeente 8510 Marke

telefoon 0472 43 38 12

faxnummer

e-mailadres wouter.dursin@telenet.be

Gegevens van het project

3 Vul hieronder de gegevens in van het project.

naam Marke 2010 | 2030

startdatum dag maand jaar

einddatum dag maand jaar

naam van de partners De inwoners van Marke, culturele werkgroep, beheerscomité OC, gebiedswerking van de stad en voor de realisatie uiteraard de Stad Kortrijk

naam van de coördinator Vanuit de bewoners : Eric Pauwels, vanuit de stad : Wouter Dursin

budget 5.000 euro

4 Geef hieronder een korte beschrijving van het project.

Het project moet al gerealiseerd zijn of moet zo ver gevorderd zijn dat het op zijn waarde en effectiviteit beoordeeld kan worden
Het mag op 10 oktober 2011 niet meer dan twee jaar geleden gerealiseerd zijn.

Wat vooraf gaat

Het voorjaar van 2009 werd Marke beheerst door plannen omtrent de inplanting van een bedrijventerrein in de Torkonjestraat, het inplanten van verschillende woongebieden, de herinrichting van de N8. Bewoners willen reageren. Het beheerscomité (Ontmoetingscentrum Marke en Culturele Werkgroep) en de Gebiedswerking (Stad Kortrijk) sloegen de handen in elkaar en zetten een proces op gang.

Samen met de stad ontwikkelde de bewonersgroep het idee om werk te maken van een toekomstgerichte, breed gedragen visie voor en door de bewoners over hun deelgemeente Marke.

Start en aanpak

Er werd een kerngroep opgericht die het hele project vorm gaf en in de loop van het project ook voor terugkoppeling zorgde. De werkgroep bestond uit een diverse groep, sterk betrokken bewoners met elk hun specifieke vaardigheden/kennis/talenten. Deze mensen vormden het hart van het project en gaven alles mee vorm. Het project kreeg doelbewust geen vooraf uitgetekend plan, maar groeide mee met de ontwikkelingen van het verhaal binnen de werkgroep. Vrij snel werd de naam Marke 2010 | 2030 gekozen, een naam die verwijst naar het toekomstgericht karakter van het project.

In eerste fase werd aan verbreding gewerkt. Zowel naar samenstelling van de groep als naar inhoud. Elk lid van de kerngroep nodigde 3 sleutelfiguren uit om zich bij de 'denkgroep' te voegen. Hierbij werd gepoogd rekening te houden met een evenwichtige en diverse samenstelling. Met deze uitgebreide denkgroep werd een eerste SWOT-analyse gemaakt over de gemeente. De sterktes, zwaktes, opportuniteiten en bedreigingen in kaart gebracht voor en door de bewoners ...

Vanuit de SWOT-bevraging werden opmerkingen en wensen gegroepeerd in thema's zoals : jeugdig Marke, Marke een dorp van cultuur en ontmoeting, Markse verenigingen komen naar buiten, Markse mobiliteit, Marke recreatief en Wonen in Marke.

Deze thema's werden verder uitgediept. Per thema volgden enkele tafelgesprekken die resulteerden in een eerste visie omtrent de thematiek. Omdat bij het puur thematisch werken het risico bestaat de integrale visie te verliezen volgde de kerngroep steeds de activiteiten in de themagroepen op. Achteraf werd dit alles in één document gegoten.

Vanuit de, ondertussen reeds ruim verzamelde, informatie distilleerde de kerngroep een gemengde reeks van open en meerkeuzevragen over Marke. Deze werden via een online enquête voorgelegd aan alle geïnteresseerde Markenaars. 254 respondenten vulden de peiling volledig in. De resultaten van de peiling, de samenwerking in het kader van het Spindusproject van Leiedal en de tafelgesprekken werden verwerkt in een visiedocument Marke 2010 | 2030. Dit document vormde de basis voor een open volksvergadering. Voor de open volksvergadering werd heel breed uitgenodigd en werd via wervende baanaffiches met prikkelende uitspraken (zoals o.a. Marke centrum wordt verkeersvrij, de Markebeek wordt bevaarbaar enz) de man in de straat warm gemaakt om te komen luisteren en meedenken.

Op de open volksvergadering mochten wij ruim 130 mensen ontvangen die samen met de werkgroep de voorstellen wilden overlopen en meedenken. Het document was ondertussen uitgegroeid tot een heuse visie op Marke en zijn toekomst. Op basis van deze vergadering werd het document afgetoetst en bijgepast waar nodig. Het document werd overhandigd aan het College van Burgemeester en Schepenen van de stad met de vraag om dit document als een belangrijke toetssteen bij toekomstige acties in Marke te gebruiken.

5. Beschrijf de rol van de stad in de realisatie van het ingediende project?

De stad zorgde in hoofde van de gebiedswerking voor de ondersteuning van het project, de werkgroepen, verslaggeving en communicatie omtrent het geheel. In deze wilde de stad als facilitator de groep Marke 2010 | 2030 ondersteunen om tot een breed gedragen verhaal te komen.

6 Kruis hieronder de twee hoofdaspecten aan waarop het project betrekking heeft.

- de huisvesting in de stad
- de stedelijke ruimte
- de mobiliteit in de stad
- het leefmilieu in de stad

- de plaatselijke economie
- de sociale cohesie in de stad
- de cultuurbeleving in de stad
- het democratisch besturen van de stad
- andere, namelijk:

7 Geef kort de karakteristieken weer, indien het project zich uitdrukkelijk richt tot een bepaalde buurt of doelgroep.

Het project wilde zich niet richten tot één specifieke doelgroep maar sprak doelbewust alle Markse inwoners aan. Op deze manier werd een poging gedaan om een gezamenlijk verhaal te schrijven, los van het categoriale denken.

8 Wat zijn de beoogde effecten van het project?

- De burger krijgt de mogelijkheid om zelf na te denken omtrent zijn leefomgeving (fysiek, maar ook sociocultureel).
- De brede aanwezigheid van expertise en kennis bij inwoners van een gebied, wordt beter benut en gebruikt als een zinvolle beleidsinsteek
- Met een hele gemeenschap wordt een goed doordachte invulling gegeven aan de toekomst van het deelgebied Marke
- Bewoners worden aangespoord om ook zelf verantwoordelijkheid op te nemen om van Marke een beter dorp te maken
- Dankzij de burger krijgt de stad zicht op de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van het deelgebied Marke en worden ook oplossingen aangereikt.

9 In welke mate zijn de beoogde effecten van het project gerealiseerd?

Zelf nadenken, analyseren van de SWOT en het benutten van de diverse expertise die in een deelgemeente aanwezig is, was de kern van het project en dit kunnen wij zeker als gerealiseerd beschouwen. Samen met de enthousiaste groep bewoners kwamen wij tot een visiedocument omtrent Marke. Bij het uitwerken van het visiedocument werden tegelijk onmiddellijk een aantal concrete actiepunten aangestipt om verder te werken.

1. Project Torkonjestraat. De bedenkingen en voorstellingen vanuit de werkgroep werden weerhouden door het Stadsbestuur. Hierdoor heeft de intercommunale Leiedal haar plannen aangepast waardoor (ong.) 1 ha. woonzone omgevormd wordt tot parkgebied in de onmiddellijke omgeving van het Ontmoetingscentrum. Tegelijk kan dit aansluiten op Trage Wegen-wandelgebieden, kan het komende 'Speelweefsel' hierop aansluiten en gebruik van maken. Bovendien kan de bevolking betrokken worden bij de mogelijke inrichting en ontwikkeling van dit (multi-functioneel) parkgebied.

2. Speelweefsel. Alle trage wegen in Marke werden samen met een grote groep vrijwilligers in kaart gebracht. Uit de visienota bleek dat het creëren van verbindingen tussen plekken voor jong en oud een bijzonder belangrijke actie is. In de plaats van het her en der verspreid blijven liggen van speeltuigen en -pleinen, wordt gezocht samen met kinderen, (groot-)ouders en omwonenden hoe er een speelweefsel kan worden opgebouwd. Begin 2011 werd dit reeds concreet aangepakt.

Het project Marke 2010|2030 slaagde er alvast in om met een grote groep mensen een integrale kijk uit te bouwen op Marke, zonder te vervallen in de eigen huis-, tuin- en keukendiscussies.

10 Op welke manier werden diverse beleidsdomeinen in het project geïntegreerd?

Het is van in het begin de bedoeling geweest om bijzonder breed te werken. Dit betekent dat heel diverse thematieken en beleidsdomeinen aan bod kwamen in de loop van het project. Zowel jeugd-, welzijns-, mobiliteitsthema's als ruimtelijke inrichting en socio-culturele aspecten werden besproken. Ook de samenwerking met Leiedal in het kader van het Spindusproject kon een meerwaarde bieden voor beide partners.

11 In welke mate is het project innoverend en draagt het bij tot stedelijkheid?

Het project mobiliseerde heel wat volk en gaf een grote groep mensen de kans om zonder vooraf uitgestippeld kader een visiedocument op te maken over Marke in de toekomst. De diversiteit aan lokale expertise bij de bewoners werd optimaal ingezet om een brede visie te ontwikkelen. In alle steden en gemeenten is dergelijke expertise bij burgers aanwezig. Met dit project is alvast bewezen dat de vrijwillige inzet van burgers zich niet alleen hoeft te beperken tot het organiseren en ondersteunen van evenementen en acties die door de stad worden aangeboden, maar dat de burgers ook toekomstgericht zélf het heft in handen kunnen nemen. Met de stad enkel als facilitator.

12 Beschrijf waarom en op welke wijze dit project inspirerend kan zijn voor andere projecten?

Elke stad heeft nood aan een beleid waar ruimte is voor 'wat leeft' bij de burger. Met deze manier van werken kunnen mensen op een laagdrempelige manier betrokken worden bij het beleid van de stad. Vaak wordt aan participatie gedacht eens een project reeds in de steigers staat. Met de aanpak van Marke 2010|2030 werden mensen betrokken, zelfs nog vóór de eerste letter omtrent een project geschreven is. Het project Marke 2010|2030 gaf een eerste insteek, waar zowel de burger zelf als het stadsbestuur actief mee aan de slag kan gaan.

13 Op welke wijze werd de bevolking betrokken bij de voorbereiding en de realisatie van het project?

Aangezien de bewoners zelf met het idee kwamen aankloppen zijn zij van bij de start de eerste betrokken partner geweest van Marke 2010|2030. Samen met hen werden alle lijnen fase per fase verder uitgetekend en werd gewerkt naar het eindresultaat.

In eerste fase zaten de bewoners die het idee aanbrachten samen rond tafel met de gebiedswerking. Daarna werden via sleutelfiguren, lokale overlegorganen en mond aan mond reclame tafelgesprekken georganiseerd. Door het plaatsen van afficheborden met prikkelende slagszinnen werden alle Markenaren aangespoord om mee te denken. Individueel kregen de bewoners de kans om op een laagdrempelige manier hun mening te geven via de online enquête. Bovendien werden ook verschillende fases van het proces online bijgehouden. Op de dorpswebsite, werd regelmatig gerapporteerd. Ook via de lokale dorpskranten. Iedereen die dit wenste kon steeds instappen in de werkgroep van het project.

Bovendien blijft de discussie niet beperkt tot deelgemeente Marke. Via overleg tussen de Ontmoetingscentra en de gebiedswerking, worden bevindingen, werkwijzen en resultaten uitgewisseld, besproken en al dan niet bijgestuurd. Hierdoor krijgt het project een bredere dimensie.

14 Wie waren de betrokken partners en wat was hun rol en aandeel in het project?

Geef aan of het om een horizontaal (publiek – publiek; publiek – privé) of verticaal (federale, regionale, lokale overheden) partnerschap gaat.

- De bewoners : initiators van het idee
- De gebiedswerking : facilitator
- De stad : maakt de terugkoppeling van het geleverde werk en probeert hier zelf mee aan de slag te gaan

15 Hoe werd het project bekendgemaakt?

Voor de bekendmaking werden diverse kanalen aangewend :

- Persberichten
- Website (www.marke.be)
- Mond aan mond-reclame
- Dorpskrant
- Afficheborden
- Mailings

.....
16 Vermeld hieronder eventuele andere elementen die uw kandidatuur kunnen ondersteunen, bijvoorbeeld een onafhankelijke evaluatie van het project.
.....

.....
17 Omschrijf hieronder waarvoor u de geldprijs eventueel zult gebruiken.
.....

Ideeën kosten geld. Heel wat zinvolle ideeën van de bewoners zitten momenteel in een lange termijnschuif. Met de geldprijs zouden enkele voorstellen van en door de bewoners verder uitgewerkt kunnen worden. Deze concrete realisaties zouden het proces alleen maar ten goede komen.

Of ... luidop dromend als gebiedsbudget om samen met de burgers ideeën vorm te geven.
.....
.....
.....