



Hvad skaber rurale successer og hvor langt rækker brandet?

Eksemplificeret ved landsbyen Torup i Halsnæs kommune

Martin Rudbeck Jepsen & Anne Gravsholt Busck

IGN Report
December 2018

Titel

Hvad skaber rurale succeser og hvor langt rækker brandet?
Eksemplificeret ved landsbyen Torup i Halsnæs kommune

Forfattere

Martin Rudbeck Jepsen; Anne Gravsholt Busck

Bedes citeret

Jepsen, Martin Rudbeck & Busck, Anne Gravsholt (2018).
Hvad skaber rurale succeser og hvor langt rækker brandet?
IGN Rapport, December 2018. Institut for
Geovidenskab og Naturforvaltning,
Københavns Universitet, Danmark

Udgiver

Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning
Københavns Universitet
Rolighedsvej 23
1958 Frederiksberg C
ign@ign.ku.dk
www.ign.ku.dk

Ansvarshavende redaktør

Claus Beier

ISBN

978-87-7903-806-6 (web)

Omslag

Kent Pørksen

Forsidefoto

Kent Pørksen

Publicering

Rapporten er publiceret på www.ign.ku.dk

Gengivelse er tilladt med tydelig kildeangivelse

Skriftlig tilladelse kræves, hvis man vil bruge instituttets navn og/eller dele af denne rapport i sammenhæng med salg og reklame

Hvad skaber rurale succeser og hvor langt rækker brandet?

- Eksemplificeret ved landsbyen Torup i Halsnæs kommune

Torup er en stationsby i Halsnæs kommune med omtrent 350 borgere, men modsat mange landsbyer i yderområder mødes man i Torup af et særdeles aktivt handels- og kulturliv, og landsbyen har heller ikke oplevet det velkendte fraflytningsmønster set andre steder i yderområder. I denne undersøgelse har vi set på, hvad der gør Torup til noget særligt.

Som udenforstående ser man straks såvel institutioner (en lilleskole og en børnehave) som handelsmuligheder (en lokal Brugs, café og en helsekostbutik). Tilsammen bidrager dette til liv og aktiviteter på hverdage. I sommerhalvåret er der yderligere et lokalt marked ved togstationen. Ser man lidt nærmere efter, viser der sig hyppige fællesarrangementer såsom vandreture, yoga, foredrag, koncerter og udstillinger. Og det lokale foreningsliv inkluderer bl.a. et galleri, en musikforening, et aktivt kirkesamfund, et genbrugsværksted og den lokaldemokratiske institution Torup Ting, hvor nærdemokratiet plejes og arbejdsgrupper som for eksempel et deleværksted, en vejgruppe og en dokumentarfilmgruppe etableres.

For at forstå hvad baggrunden er for denne succes og hvad der holder aktiviteterne i gang, har vi talt med en række af landsbyens borgere, både i workshops, interviews og spørgeskemaundersøgelser. Desuden har vi undersøgt andres kendskab til Torup og aktiviteterne via spørgeskemaer og analyse af mediernes omtale.

De væsentligste faktorer bag Torups succes er en høj grad af opbakning til nye idéer/projekter, bred aktiv deltagelse i arrangementer, personlige relationer på tværs af landsbyen, samt en god og konstruktiv dialog både internt i landsbyen og med samarbejdspartnere som Halsnæs Kommune (f.eks. Kulturelt Samråd), den lokale aktionsgruppe (LAG Halsnæs-Gribskov) samt offentlige og private fonde. Omverdenens blik på Torup vidner om, at de lokale og regionale medier villigt omtaler Torup og aktiviteterne i landsbyen, og at kendskabet til Torup strækker sig over en række nordsjællandske kommuner.

I denne rapport kan du læse om:

- Hvilke potentialer der har dannet grundlag for landsbyens udvikling
- Hvad det har krævet at realisere potentialerne
- Hvad Torup er og kan i dag
- Hvad de fremtidige udviklingsmuligheder er

Tilsammen er det vores håb, at rapporten kan give inspiration og bidrage til refleksion i andre landsbyer, som måske har lignende - men uudnyttede potentialer.

Her skal lyde en stor tak til Torup Ting, borgerne i Torup, de, som ville diskutere med os på møderne, dem som har delt deres tanker på e-mail, og ikke mindst til Peter Plant for at organisere borgermøder og være en uovertruffen sparingspartner på dette projekt.

God læselyst

Martin Rudbeck Jepsen & Anne Gravsholt Busck

Med stor hjælp fra Kristoffer Ansbak Pedersen og Mathias Nygård Johansen

Indhold

1. Undersøgelsens mål og metode	3
2. Hvilke potentialer har dannet grundlag for Torups udvikling?	5
3. Hvad har det krævet at realisere potentialerne?.....	6
4. Hvad er Torup i dag?.....	7
Husstandsundersøgelsen	7
I. Har du hørt om aktiviteterne i Torup?	8
II. Har du benyttet en eller flere tilbud i 2017?	8
III. Har du bidraget med frivilligt arbejde til aktiviteterne i Torup?	9
Brug af lokale indkøbsmuligheder.....	9
Torup Marked	10
Omegnsundersøgelsen.....	11
Medieomtale af Torup	12
5. Hvad er de fremtidige udviklingsmuligheder?.....	14
Grundlæggende potentialer for landsbyens udvikling	14
Realisering af potentialerne	14
Torup i dag.....	15
Fremtidige udviklingsmuligheder.....	15
Appendiks 1 – Spørgeskema Torup Marked	19
Appendiks 2 – Husstandsundersøgelse Torup.....	20
Appendiks 3 – Spørgeskema omegn	23

1. Undersøgelsens mål og metode

Målet har været at kortlægge i) hvilke potentialer der har dannet grundlag for landsbyudviklingen, ii) hvad det har krævet at realisere potentialerne, iii) hvad Torup er og kan i dag, og iv) hvad de fremtidige udviklingsmuligheder er.

Teoretisk har projektet fokus på konceptet endogen udvikling, der lægger vægt på lokale faktorerers betydning for udvikling og identitetsskabelse (Shucksmith 2000) – i modsætning til udvikling drevet af udefrakommende aktører og initiativer (såkaldt eksogen udvikling). Udgangspunktet for projektet er således, at undersøge hvilke lokale faktorer (aktører, initiativer mv), der har betydning for den udvikling og fastholdelse af aktiviteter, som vi ser i Torup. Her er begrebet social kapital centralt (Svendsen 2007), idet det inkluderer samspillet mellem lokale aktører og lægger vægt på tillid, tryghed og opbakning, som drivkræfter for udvikling. Der kan være tale om hhv. bindende (bonding), brobyggende (bridging) og forbindende (linking) type af social kapital. Bindende social kapital handler om nære bånd (som eksempelvis i en familie eller en gruppe af personer med ens holdninger), hvilket betyder stor opbakning internt i en gruppe, og som samtidigt kan betyde, at der lægges afstand til andre. Brobyggende social kapital inkluderer ikke så nære relationer, men er til gengæld mere inkluderende og netværksskabende på tværs af grupper på det lokale niveau. Endeligt er der forbindende social kapital, som handler om at skabe netværk ud over den lokale enhed – eksempelvis til offentlige institutioner og private politiske, økonomiske eller sociale aktører. I denne undersøgelse er vi opmærksomme på alle tre typer social kapital, men med fokus på brobyggende og forbindende social kapital. Dette ses særligt i analysen af, hvorvidt der er samspil på tværs af Økosamfundet Dyssekilde og det øvrige Torup, og hvordan samspillet til aktører udenfor Torup er. Begrebet endogen udvikling kan kritiseres for at lægge for stor vægt på lokale initiativer og aktører (Murdoch 2000), og glemme at der også er aktører og initiativer udefra, som kan have indflydelse på udvikling. I undersøgelsen har vi derfor også inddraget strukturelle faktorer som eksempelvis jernbanelinjen, samt økonomiske tilskud fra eksterne aktører (Lee et al 2005).

Metodisk har projektet benyttet sig af såvel kvantitative som kvalitative metoder, der spænder fra spørgeskemaer og analyse af pressens dækning af fænomenet til interview og workshops med beboere i Torup. Det empiriske grundlag består således af:

- 1) Spørgeskemaundersøgelse på Torup Marked
- 2) Husstandsundersøgelse i Torup landsby
- 3) Spørgeskemaer i Torups omegnsbyer
- 4) Undersøgelse af avisers omtale
- 5) Fokusgruppeinterview og borgermøder

1. Spørgeskemaundersøgelsen blev gennemført efterår 2017 på to markedsdage. Markedsgæster blev bl.a. spurgt om deres årsager til at besøge markedet – herunder betydningen af lokalt producerede fødevarer (det såkaldte 'kilometermad'), samt deres bopæl (se bilag 1 – spørgeskema, marked). Alle spørgsmål blev læst højt for respondenterne, og svarene noteret. I alt blev 75 besøgende blev udvalgt tilfældigt og adspurgt. Alle indvilligede i at deltage i undersøgelsen.

2. Husstandsundersøgelsen var et spørgeskema, som afdækkede basisdata for den interviewede og dennes husstand, samt husstandens engagement i landsbyens aktiviteter. Der blev spurgt specifikt til en række aktiviteter, som vi på forhånd havde identificeret i samarbejde med nøglepersoner i Torup. Respondenterne blev bl.a. spurgt om, hvor mange forskellige personer man ser privat, hvilke aktiviteter man har benyttet i 2017, og hvilke man selv har ydet frivillig arbejdskraft til i 2017 (se bilag 2 – spørgeskema, Torup). Alle spørgsmål blev læst højt for den interviewede, og svar samt kommentarer noteret. Alle husstande blev forsøgt kontaktet ved personlig henvendelse på

bopælen såvel på hverdage som i weekenden. Det resulterede i i alt 73 respondenter, fordelt med 32 husstande i Økosamfundet Dyssekilde og 41 i det øvrige Torup.

3. For at undersøge Torup som *brand* i offentligheden, og hvor langt brandet rækker, gennemførte vi spørgeskemaundersøgelser i nabobyerne Hundested, Frederiksværk, Melby, Asserbo, Frederikssund og Hillerød. Respondenter blev truffet på centrale placeringer i de respektive byer, gerne i nærhed af større indkøbsmuligheder. Vi spurgte bl.a., om man kendte til Torup landsby i Halsnæs kommune, hvilke aktiviteter man kendte til, og om man havde benyttet disse aktiviteter (se bilag 3 – spørgeskema, omegn). Der var i alt 201 respondenter. Af disse var 34 bosiddende udenfor de byer, hvor vi traf dem. Derfor giver svarende fra denne del af projektet et bredere billede af kendskabet til Torup.

4. De skrevne mediers dækning af Torup blev analyseret via udtræk af databasen Infomedia. For perioden 2005-2017 dækker databasen såvel regionale / lokale som nationale aviser, mens perioden forud fortrinsvis dækker nationale aviser. Opgørelserne i denne undersøgelse fokuserer derfor på den 13 årige periode 2005-2017 – begge år inklusiv. I databasen blev søgt på Torup og / eller Dyssekilde, hvilket gav 4372 hit. Disse blev gennemgået manuelt på overskriftsniveau, så kun omtaler, der kunne henføres til Torup eller Økosamfundet Dyssekilde i Halsnæs kommune, blev medtaget. I alt 1458 omtaler indgik således i den videre analyse, som blev foretaget i programmet NVivo.

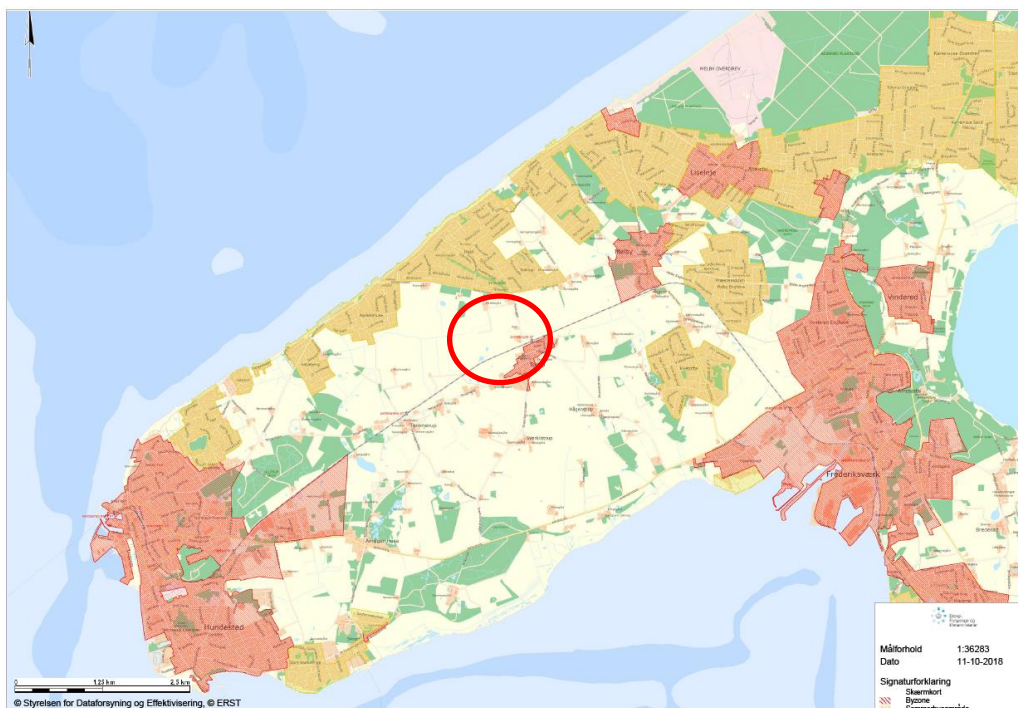
5. Der blev afholdt et indledende fokusgruppeinterview med centrale personer i Torup. Dette gav et første indblik i situationen og baggrunden. I løbet af projektperioden blev de første, foreløbige resultater præsenteret på et borgermøde i Torup i februar 2018, og de endelige resultater præsenteret og diskuteret på en workshop/borgermøde, hvor alle beboere i Torup var inviterede. Her blev alle fremmødte borgere inviteret til at kommentere resultaterne og reflektere over Torups udvikling og fremtidige muligheder på denne baggrund. Såvel fokusgruppeinterview som workshops blev dokumenteret via skriftlige referater.

2. Hvilke potentialer har dannet grundlag for Torups udvikling?

I 1980'erne var Torup en traditionel landsby, men med et lokaldemokrati i form af en borgerforening. Da én af landsbyens gårde, med tilhørende 13 ha jord, i 1986 blev sat til salg, viste Økologisk Landsbysamfunds Kommanditselskab (ØLK) interesse, og Torup stod her ved en skillevej; skulle landsbyen tage imod de nye beboere med alternative idéer om livsstil og værdier, skulle området udvikles til boliger af en investor, eller skulle det forblive landbrug? Et velbesøgt borgermøde med repræsentation af såvel Torups borgere som ØLK-medlemmer skulle blive starten på en ny fase af Torups udvikling, præget af etableringen af Økosamfundet Dyssekilde som i dag huser omkring 200 borgere.

Det er værd at bemærke viljen til dialog og demokrati i ovenstående historie. Borgerforeningen og ØLK mødtes og drøftede visioner for den landsby, de i fremtiden skulle dele, og Torup tog imod tilflytterne med nye idéer, vilje og lyst til engagement i lokalsamfundet. Der var kritiske røster, særligt udenfor Torup, inkl. i kommunalbestyrelsen. Men borgerforeningen i Torup ønskede at give plads til ØLK. Denne sociale investering fra det oprindelige Torup og ØLK udnyttede det store potentiale, som beboerne tilsammen udgjorde. Gennem workshops og borgermøder er denne fortælling dukket op flere gange, ligesom landsbyens beskedne borgertal flere gange er nævnt. Det forhold, at man hurtigt fik navne og ansigter på hinanden betød, at Torup-borgere og tilflyttere ikke forblev fremmede for hinanden. Desuden fremhæver flere, at den relativt langsomme udbygning af Økosamfundet Dyssekilde (bl.a. på grund af økonomisk krise i det danske samfund generelt) gjorde, at det var nemmere at integrere de nye beboere i det allerede eksisterende fælleskab i Torup.

Endeligt har det betydning, at Torup er lokaliseret med kort afstand til Nordsjællands sommerhusområder – bl.a. ved Liseleje og Kikhavn. Særligt i sommermånederne har dette potentiale for at give volumen til aktiviteter som eksempelvis Torup Marked – se nærmere nedenfor. Desuden er Torups status som aktiv stationsby et plus; borgerne kan relativt let tilgå serviceerhverv såvel som arbejdspladser i Hundested, Frederiksværk, og via Hillerød det storkøbenhavnske arbejdsmarked.



Figur 1: Torups placering i Halsnæs kommune (cirklet i rødt). Bemærk de store omgivende sommerhusområder (markeret med gult) samt placeringen på jernbaneforbindelsen Hundested-Frederiksværk-Hillerød. Kilde: <https://sdfekort.dk/spatialmap>

3. Hvad har det krævet at realisere potentialerne?

Som allerede nævnt ovenfor har kombinationen af aktive borgere og vilje til dialog været centralt for Torups succes. Et gennemgående spørgsmål ved vores møder med Torups borgere har været, om succesens hviler på enkelte ildsjæle eller en bred sammenslutning af borgere? Vi har intet enkelt svar på spørgsmålet; dog står det klart, at udviklingen gennem de sene 1990'erne blev igangsat af ildsjæle, hvor særligt én aktivitet eller institution (nemlig Torup Børnehaven) tydeligvis er initieret af folk med et akut behov – her for børnepasning lokalt. Behovet var allerede identificeret før etablering af Økosamfund Dyssekilde, men beboerne herfra gav volumen til initiativet. Anderledes er det med 2000'ernes mange nye tiltag med Bogby, marked, galleri, lilleskole, musikforening, etc. (se tabel 1). Her har en mindre række ildsjæle på tværs af det oprindelige Torup og det nyetablerede Økosamfund Dyssekilde haft motivation til at fremlægge konkrete projekter, som har vundet genklang blandt landsbyens øvrige beboere. Det er altså karakteristisk, at idéer bliver fremsat, og grebet af en større gruppe. Også i denne proces er dialog og vilje til kompromis blevet fremhævet som vigtig; man må acceptere, at de personer, som støtter ens forslag har nogle lidt andre visioner, og projektet ender måske ikke helt præcist, som man oprindeligt havde tænkt sig. Men det vigtigste er, at projektet bliver gennemført. Flere borgere nævner, at dette har skabt et faciliterende miljø, hvor engagementet i nye projekter og aktiviteter smitter. Når man kan se, at idéer realiseres og aktiviteter søsættes giver det lyst til selv at bidrage. Desuden er det væsentligt, at man aktiviteterne imellem har formået at samarbejde, for derved at skabe større volumen til den enkelte aktivitet. Et eksempel her er Torup Kunst- og Bogfestival, som var et flerårigt samarbejde mellem Kunst i Torup og Torup Bogby.

Samarbejdet internt i Torup foregår dels uformelt via personlige relationer og personsammenfald mellem initiativtagere. Samtidigt er samarbejdet blevet formaliseret i Torup Ting, som fungerer som et fælles forum, hvor store og små skridt i udviklingen af Torup diskuteres og aftales. Med dette forum kan Torups borgere dels holde den interne dialog i landsbyen levende og dels være på forkant med udvikling, der i gang sættes udefra. Torup Ting er således et vigtig talerør til eksterne parter (for eksempel kommunen), hvor Torups beboere fremstår som en fælles enhed, der ønsker indflydelse. Senest er en mulig udvidelse af Torup mod syd (kaldet 'Hvideland') blevet diskuteret på et borgermøde, hvor 70 Torup-borgere deltog. Dette møde blev afholdt på et tidligt tidspunkt i processen og således før en egentlig lokalplan er udarbejdet, hvorfor borgernes holdninger kan give et væsentligt aftryk.

Viljen til at foretage fælles investeringer gælder ikke kun frivillige timer og engagement. Flere af aktiviteterne har krævet store økonomiske investeringer. Torups beboere har her i fællesskab formået at tale deres sag og få såvel fonde, som offentlige instanser til at finansiere. Renoveringen af Dyssekilde station har været den hidtil største investering, hvor Realdania støttede med 1,4 mil, mens den lokale aktionsgruppe (LAG Halsnæs-Gribskov) og Halsnæs kommune også bidrog. I mindre skala har Torups borgere støttet den lokale Brugs med egne indkøb og i fællesskab rejst penge til at udbygge og renovere Brugsen. Brugsuddeleren har her samtidigt vist samarbejdsvilje ved at huse dels pakkeudlevering og mulighed for aflevering af biblioteksøger, og dels kunstgalleri i husets kælder. Et nyt initiativ, der kræver økonomiske midler i Torup, er etablering af Torup Fonden, en lokal jordfond, som skal sælge byggemodnet jord i området 'Hvideland' syd for Torup, videre til andelsbolig- og erhvervsforeninger. Torup Ting har medvirket til denne løsning, som skal sikre, at de lokalt har hånd i hanke med hvem og hvordan der udbygges på det nye areal.

Tabel 1: Aktiviteter i Torup og årstal for deres etablering

Aktivitet	Årstal for etablering
Økosamfundet Dyssekilde	1990
Torup Børnehave	1991
Torup Forsamlingshus	1999
Halsnæs Lilleskole	2000
Torup Bogby	2006
Kældergalleriet og Kunst i Torup	2005
Himmelstorm Festival	2012
Dyssekilde station renoveret	2012
Torup Marked	2012
Torup Ting	2014
Mejeriet i Torup – Musiksted og udstillinger	2015

4. Hvad er Torup i dag?

Vi har belyst Torups situation i dag gennem fire undersøgelser: en husstandsundersøgelse, en spørgeskemaundersøgelse på Torup Marked, en undersøgelse af kendskabet til Torup i omegnsbyerne, samt en analyse af mediernes omtale af Torup.

Husstandsundersøgelsen

I husstandsundersøgelsen har vi set på styrken af de sociale netværk i Torup; er det en landsby, hvor man kommer hinanden ved, eller lever man isolerede liv? Og spænder netværkene på tværs af det oprindelige Torup og Økosamfundet Dyssekilde (se tabel 2).

Tabel 2: Torups sociale netværk

	Dyssekilde	Torup
Antal respondenter	32	41
Årstal for tilflytning (gns)	2005	2003
- Min og max	[1990;2017]	[1954;2017]
Ser du nogen privat?	30 (94%)	36 (88%)
Hvor mange ser nogen		
- i Dyssekilde	22 (69%)	28 (68%)
- i Torup	24 (75%)	29 (71%)
Hvor mange ser du?		
- i Dyssekilde	10	3,5
- i Torup	3,6	5,8

Af de 32 adspurgte i Økosamfundet Dyssekilde ser 22 (69%) andre husstande i Økosamfundet Dyssekilde privat, mens 24 (75%) ser husstande i det øvrige Torup. Af de 41 adspurgte i det øvrige Torup ser 28 (68%) andre i Økosamfundet Dyssekilde, mens 29 (71%) ser husstande i det øvrige Torup privat.

Tallene viser, at de sociale relationer i landsbyen knyttes på tværs af det oprindelige Torup og Økosamfundet Dyssekilde. I gennemsnit ser beboere i Dyssekilde 10 forskellige husstande i Økosamfundet Dyssekilde privat, mens de ser 3,6 husstande i det øvrige Torup. Beboere i det øvrige Torup ser i gennemsnit 3,5 husstande i Dyssekilde, og 5,8 husstande i det øvrige Torup. Særligt for Økosamfundet Dyssekilde er der en tendens til, at man ser flere privat i Økosamfundet Dyssekilde end i det øvrige Torup. Det er nok ganske karakteristisk for Økosamfundet Dyssekilde, idet mange deler værdigrundlag vedrørende fællesskab og sociale relationer. Men også for borgere i det

øvrige Torup er der en tendens til, at man ser flere husstande privat i det øvrige Torup end man gør i Økosamfundet Dyssekilde. Borgernes engagement og kendskab til de mange aktiviteter, som finder sted i Torup, har vi undersøgt på tre måder: om respondenteren har i) hørt om en given aktivitet, ii) benyttet aktiviteten eller iii) bidraget som frivillig til at gennemføre aktiviteten.

I. Har du hørt om aktiviteterne i Torup?

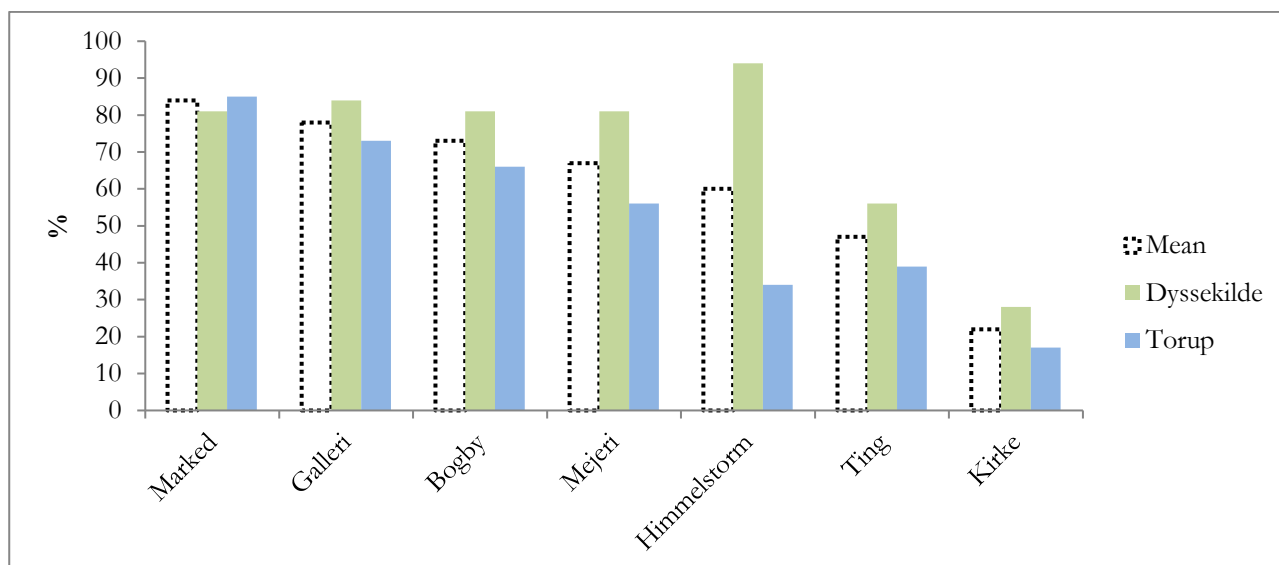
Det ses, at 29 af 32 respondenter fra Økosamfundet Dyssekilde har hørt om alle aktiviteter – de resterende tre mangler hver især kendskab til én aktivitet (tabel 3). borgere i det øvrige Torup kender også i høj grad til samtlige aktiviteter, der blev spurgt til (31/41 = 75%), og næsten alle kender til alle aktiviteter på nær én (38/41 = 93%).

Tabel 3: Borgernes kendskab til Torups aktiviteter

Dyssekilde	
29	Jeg kender til det hele!
1	÷ Torup Ting
1	÷ Bogby og Galleri
1	÷ Mejeriet
Torup	
31	Jeg kender til det hele!
3	÷ Forsamlingshuset
4	÷ Torup Ting
1	Kun markedet

II. Har du benyttet en eller flere tilbud i 2017?

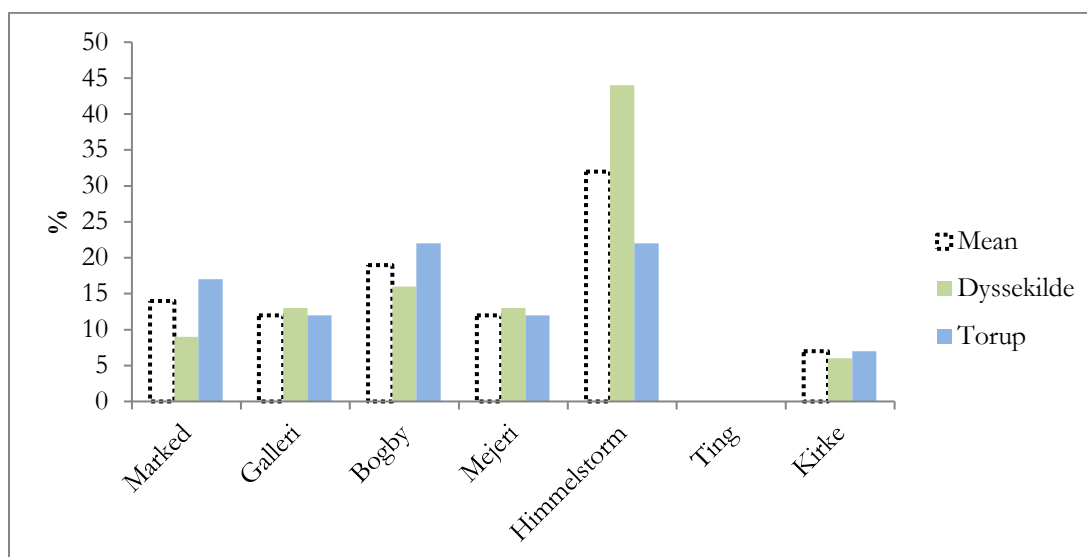
Aktiviteterne i Torup er velbesøgte af Torups borgere (se figur 2); markedet besøgtes i 2017 af 84 % af Torups borgere, mens Torup Ting blev besøgt af 47 %. Der er ingen væsentlig forskel på deltagelse i aktiviteter mellem Økosamfundet Dyssekilde og det øvrige Torup, dog med en svag tendens til, at borgere fra Økosamfundet Dyssekilde deltager mere i aktiviteterne. Himmelstormfestivalen skiller sig dog ud, med særlig stor deltagelse af borgere fra Økosamfundet Dyssekilde. Det kan her have en betydning, at festivalen finder sted på Økosamfundet Dyssekildes arealer og tilbyder billig entre til borgere bosiddende i Økosamfundet Dyssekilde.



Figur 2: Andel af Torups borgere der har benyttet en given aktivitet i 2017 fordelt på bopæl (Dyssekilde, øvrige Torup samt gennemsnit).

III. Har du bidraget med frivilligt arbejde til aktiviteterne i Torup?

Alle aktiviteter i Torup støttes med frivillig arbejdskraft (figur 3). 7% af de 71 adspurgte husstande bidrager til kirkens aktiviteter, mens 32% af husstandene bidrager til Himmelstormfestivalen. Der ses ingen forskel mellem engagementet fra hhv borgere fra Økosamfundet Dyssekilde og øvrig Torup, dog med en tendens til at borgere fra øvrig Torup bidrager mere til Torup Marked og Torup Bogby. Igen skiller Himmelstormfestivalen sig ud, idet festivalen som det største enkeltstående arrangement tiltrækker flest frivillige (32%), og særligt fra Økosamfundet Dyssekilde. Formodentligt har denne forskel også rod i festivalens placering.

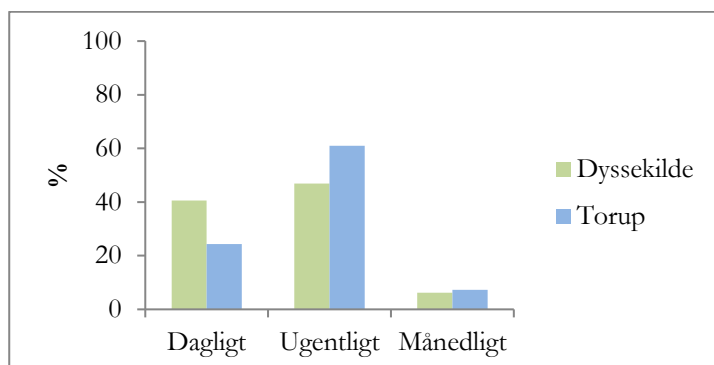


Figur 3: Andel af Torups borgere der har bidraget med frivillig arbejdskraft til en given aktivitet i 2017. Fordelt på bopæl (Dyssekilde, øvrige Torup samt gennemsnit).

Brug af lokale indkøbsmuligheder

Fastholdelse af lokale indkøbstilbud er vigtigt for de små samfund, bl.a. for at sikre dagligvarer til befolkningsgrupper med lav mobilitet, og som mødested for samfundets borgere.

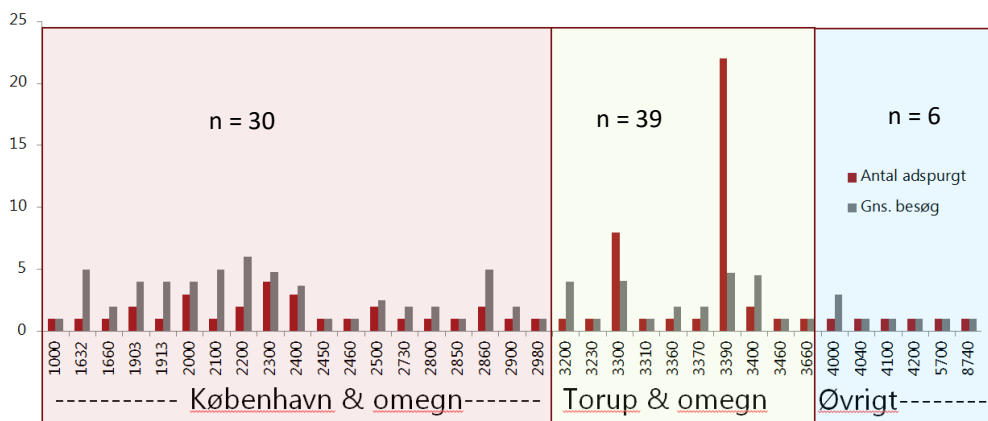
I Torup kan man købe dagligvarer i Brugsen og i en helsekostbutik. Vi har undersøgt, hvor hyppigt Torups borgere foretager lokale indkøb. Over halvdelen af borgerne køber ind i Torup ugentligt (figur 4), og omtrent 30% foretager daglige indkøb i landsbyen. Vi har ingen data på volumen af indkøb eller omsætningen, men besøgstillene peger på en god opbakning til det lokale handelsliv. Der er en svag tendens til, at borgere fra Økosamfundet Dyssekilde bruger de lokale indkøbsmuligheder oftere end borgere fra det øvrige Torup.



Figur 4: Hyppighed af lokale indkøb i Torup. Fordelt på bopæl (Dyssekilde og øvrige Torup).

Torup Marked

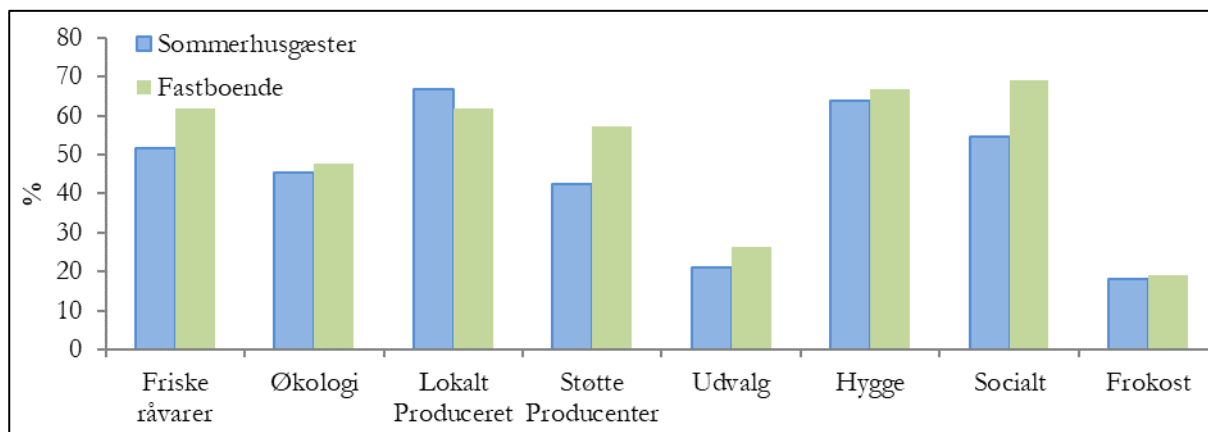
Torup marked er et marked for lokalt producerede fødevarer, markedsført gennem konceptet ”kilometermad”, der fokuserer på, at varerne skal transporteres kortest muligt fra producent til forbruger. Markedet afholdes hver anden lørdag i sommerhalvåret. Vi har ved en spørgeskemaundersøgelse undersøgt, hvem der benytter markedet, og hvorfor de kommer til Torup marked (se figur 5).



Figur 5: Gæster på Torup marked fordelt på bopæl samt gennemsnitligt antal besøg i 2017 per postdistrikt. N=75.

Markedet modtager i kraft af nærheden til store sommerhusområder mange turister; 40% af de adspurgte havde bopælsadresse i Københavns kommune eller nabokommuner, men var midlertidigt i sommerhus. Størstedelen af markedets besøgende kom dog fra Torup, Hundested eller Frederiksværk (n=39). Markedet understøttes altså af en blanding af lokale og turister. For omtrent 2/3 af de adspurgte er det vigtigt, at der sælges lokalt producerede fødevarer, mens lidt under halvdelen lægger vægt på, at fødevarerne er økologiske. Udvalget af varer spiller en mindre rolle for de besøgenes beslutning om at komme til Torup marked (Figur 6).

Både sommerhusgæster og lokale vægter den hyggelige stemning på markedet højt (omtrent 66%). Der ses generelt kun lille forskel mellem prioriteringerne blandt sommerhusgæster og lokale, med undtagelse af det sociale aspekt ved et markedsbesøg. Her angiver 54% af sommerhusgæsterne det sociale i at besøge markedet som en vigtig faktor, mens det tilsvarende tal for lokale er 70%. Resultatet er ikke overraskende, idet der for lokale er større sandsynlighed for at træffe nogen man kender, men det indikerer også, at markedet bidrager til at skabe og vedligeholde kontakter og sammenhæng i Torup. Desuden er der flere af de lokale, som lægger vægt på at støtte producenter. Dette kan skyldes, at producenterne er lokale, og derfor en vigtig del af lokalsamfundet.



Figur 6: Årsager til at besøge Torup marked. Besvarelser vist som andel af de adspurgte, som angiver en given årsag som vigtig. Respondenter kunne vælge mere end én årsag som vigtig, hvorfor andelen ikke summerer til 1.

Omegnsundersøgelsen

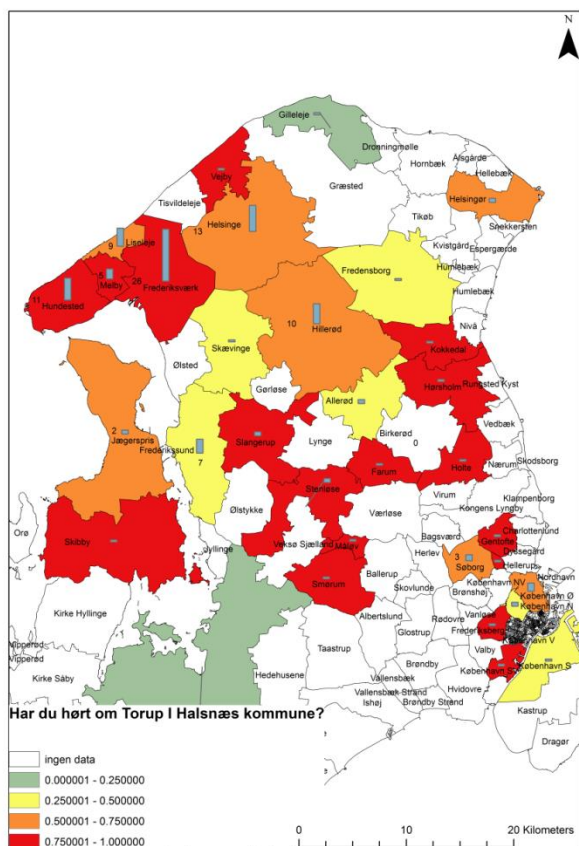
Vi har belyst kendskabet til Torup landsby ved at gennemføre spørgeskemaundersøgelser i Torups omegnsbyer. Således har vi spurgt personer i Hundested, Melby, Asserbo, Helsingør, Frederikssund og Hillerød om de har hørt om Torup landsby i Halsnæs kommune. Som det fremgår af Figur 7 traf vi både personer, som boede i den by vi traf dem, samt personer, som besøgte byen og derfor har bopæl i postnumre, som vi ikke selv undersøgte.

Kendskabet til Torup er højt i den umiddelbare nærhed, men også i et bælte fra Kokkedal over Farum til Smørum foruden Københavns omegnskommuner. Dernæst havde mellem 50 og 75 % af de adspurgte i Helsingør, Hillerød og Jægerspris kendskab til Torup. Af de 201 adspurgte havde 122 hørt om Torup og 122 om Dyssekilde. 111 respondenter havde hørt om begge, 12 havde kun hørt om Dyssekilde, og 10 havde alene kendskab til Torup. Det kan ikke udelukkes, at respondenterne ikke skelner mellem Torup og Dyssekilde, hvorfor tallet 122 nok er mest retvisende. Respondenterne karakteriserer Torup i en række temaer: 13 beskriver landsbyen som lille og/eller gammeldags; 11 som et dejligt og/eller spændende sted; henholdsvis 7 og 8 kender Torup som Dyssekilde eller forbinder stedet med økologi. Endelig beskriver 13 respondenter Torup som et sted, de kører igennem. Dyssekilde får andre skudsmål: 32 respondenter forbinder Dyssekilde med økologi, 20 med alternativ bosætning og/eller principper, og 21 beskriver Dyssekilde som fint, dejligt eller spændende.

Tabel 4: Kendskab til, og benyttelse af, aktiviteter i Torup i 2017 (N=201)

Aktivitet	Kendskab	Benyttet
Torup Marked	61	20
Mejeriet i Torup	38	5
Torup Bogby	33	6
Caféen i Dyssekilde	51	27
Torup Kirke	14	2
Himmelstormfestivalen	42	6

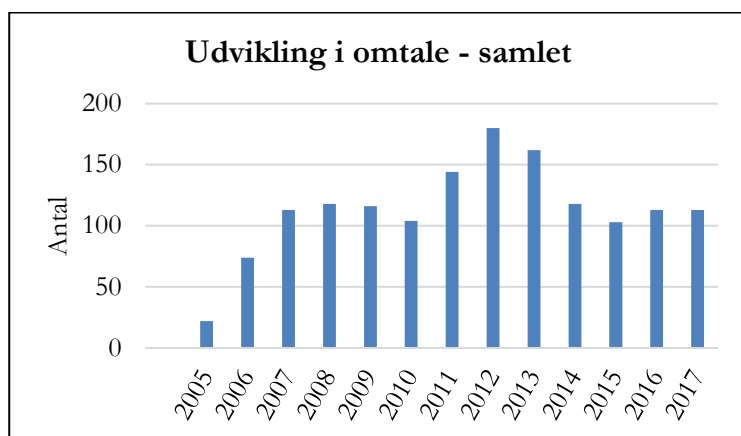
Adspurgt om deres kendskab til specifikke aktiviteter i Torup svarede 61 respondenter positivt på kendskab til Torup Marked (tabel 4). Heraf havde 20 respondenter besøgt markedet i 2017. 51 kendte til caféen i Dyssekilde, og 27 havde besøgt den. Himmelstormfestivalen var også velkendt, med 42 respondenter, hvoraf 6 havde besøgt festivalen i 2017. Mejeriet i Torup og Bogbyen var omtrent lige kendte, med hhv. 38 og 33 respondenter, og besøgstal på hhv. 5 og 6 respondenter.



Figur 7: Kendskab til Torup landsby. Respondenter grupperet per bopæls-postdistrikt. Tallet i hvert distrikt, samt højden på de blå søjler, angiver antal respondenter fra hvert postdistrikt.

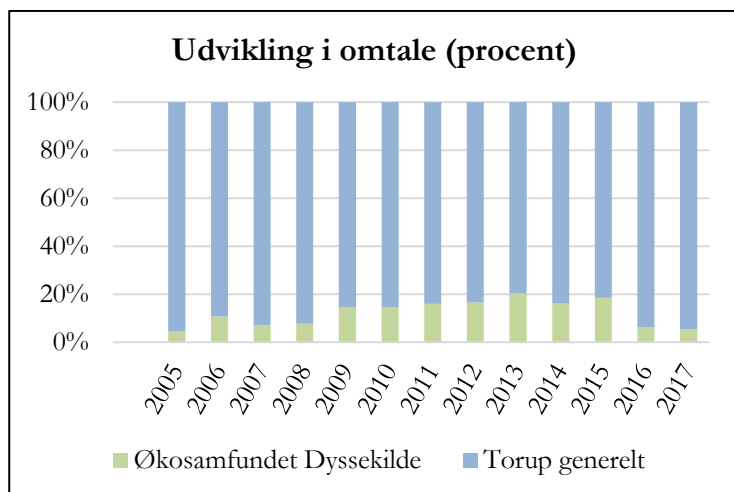
Medieomtale af Torup

Via mediearkiver har vi undersøgt omtalen af Torup og i hvilket omfang omtalen er knyttet til Økosamfundet Dyssekilde eller Torup generelt. Af figur 8 ses, at i perioden 2005-2017 er omtalen først stigende frem til 2007, hvorefter omtalen stabiliserer sig på et niveau af 100-120 årligt. Dette afspejler dels et stigende aktivitetsniveau og dels at arrangørerne har formået at skabe en god kontakt til medierne. Desuden ses nogen stigning i perioden 2011-2013. Denne stigning omhandler fortrinsvis Himmelstormfestivalen, der blev etableret i 2012. Der er således stor omtale op til etableringen og de første år af festivalens levetid.



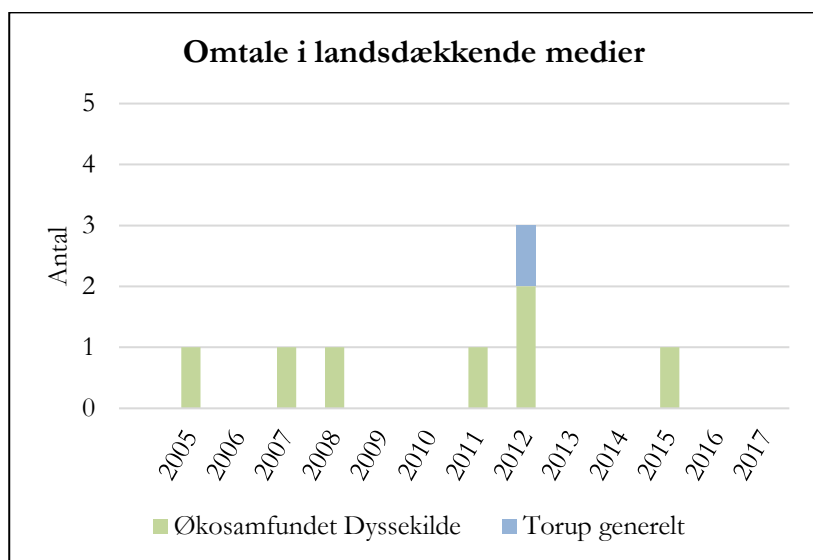
Figur 8: Udvikling i medieomtale af Torup.

Medieomtalen er mest knyttet til Torup generelt, mens omtale, der særligt er knyttet til Økosamfundet Dyssekilde ligger på mellem 10 og 20 procent (Figur 9). Det viser således, at arrangørerne af aktiviteter i Torup generelt har formået at skabe god kontakt til medierne og dermed sikre omtale, og at aktiviteterne ikke omtales om relateret specifikt til Økosamfundet Dyssekilde. Dette afspejler dels, at aktiviteterne er fordelt rundt i hele landsbyen og dels at Torup generelt er et brand, der kan bruges til at placere en aktivitet på landkortet.



Figur 9: Udvikling i medieomtale af Torup – procentvis omtale af hhv Økosamfundet Dyssekilde og Torup generelt.

Omtalen sker fortrinsvis i de regionale medier. Som det ses af figur 10 finder vi dog også omtale i landsdækkende medier. Her er der særligt fokus på Økosamfundet Dyssekilde, idet 2/3 eller mere af omtalerne i landsdækkende medier er relateret til Økosamfundet Dyssekilde.



Figur 10: Antal medieomtaler af Torup i landsdækkende aviser.

En nærmere gennemgang af, hvad der omtales i såvel lokale, regionale og nationale medier viser, at for Økosamfundet Dyssekilde er omtalerne centreret om de økologiske tiltag (alternative byggeteknikker, rensningsanlæg mv), det nære sociale miljø som Økosamfundet Dyssekilde vægter, samt afholdelse af Himmelstormfestivalen. For Torup generelt er der stor vægt på de aktiviteter, som også fremgår af spørgeskemaundersøgelsen, særligt Kældergalleriet under Brugsen, Mejeriet, Kirkens arrangementer, Torup Bogby, samt Halsnæs skole, og senere også

Dyssekilde Yogacenter, Torup Marked og andre aktiviteter i og ved den renoverede Dyssekilde station. Desuden omtales initiativer, hvor Torup er i kontakt med myndigheder og landsdækkende organisationer. Det drejer sig særligt om trafikale forhold i Torup, etablering af en økologisk golfbane og renovering af Torup Torv, samt i forbindelse med regional og national anerkendelse af landsbyen, dens aktiviteter og ildsjæle. Generelt ses det, at omtalen af Torup over tid bliver bredere. I begyndelsen af perioden er eksempelvis alternative behandlere og yoga oftest henført til 'der bor og har klinik i Økosamfundet Dyssekilde', mens sådanne aktiviteter senere blot henføres til Torup som sådan. Dette vidner om, at Torup er blevet kendt i sig selv, og det derfor over tid bliver mindre væsentligt for medierne at referere til Økosamfundet Dyssekilde for at læseren ved, hvor aktiviteten finder sted.

5. Hvad er de fremtidige udviklingsmuligheder?

Svaret på dette udspringer af undersøgelsen af grundlæggende potentialer for landsbyens udvikling, de forhold der har medvirket til at realisere potentialerne, samt hvad Torup er i dag. Derfor først et kort resumé af disse emner og herefter et kritisk blik på fremtiden.

Grundlæggende potentialer for landsbyens udvikling

- Eksistensen af en demokratisk institution, Torup Borgerforening, har været en grundlæggende fordel; denne har historisk udgjort et forum for diskussioner om og med det nye Økosamfund.
- Vilje til dialog har været til stede længe i Torup og viser sig blandt andet i drøftelserne forud for etablering af Økosamfundet Dyssekilde, hvor man på tværs af nye og gamle beboere mødtes og drøftede visioner for den landsby, de i fremtiden skulle dele. Denne vilje er central for Torups succes som landsby.
- Landsbyens relativt beskedne størrelse vurderes som en fordel, idet man hurtigt lærer hinanden at kende. Dette gælder også den relativt langsomme udbygning af Økosamfundet Dyssekilde, der gjorde, at det var nemmere at integrere de nye beboere i det allerede eksisterende fælleskab i Torup.
- Et par strukturelle forhold er også væsentlige for landsbyens potentiale – nemlig kort afstand til Nordsjællands sommerhusområder (og dermed potentiale for at give volumen til aktiviteter), samt togbanen med station, der giver borgerne relativt let adgang til service og erhverv i de omkringliggende større byer.

Realisering af potentialerne

- Potentialerne i Torup er i høj grad blevet realiserede af en kombination af en mindre gruppe ildsjæle og en større gruppe beredvillige borgere, som gerne bidrager med idéer og praktisk hjælp. Det er stadig et åbent spørgsmål, om Torups miljø avler ildsjæle, om der kommer stadigt flere til, eller om det faciliterende miljø bidrager til, at alle let kan være iværksættere af projekter.
- Ved såvel større aktiviteter som mindre projekter gælder, at kontinuerlig dialog og vilje til kompromis er vigtigt: Initiativtagere accepterer, at personer, som støtter op også har indflydelse på projektet og dets visioner. Dette giver et faciliterende miljø, hvor engagement i nye projekter og aktiviteter smitter. Dialogen og de gode eksempler skaber tillid til, at ideer kan leve og driver dermed en god spiral.
- Volumen via samarbejde. Via samarbejde mellem aktiviteter skabes volumen på den enkelte aktivitet. Et eksempel her er Torup Kunst- og Bogfestival, som var et flerårigt samarbejde mellem Kunst i Torup og Torup Bogby.
- Det stærke sociale netværk i Torup spiller sandsynligvis en stor rolle – det er let at høre om nye initiativer, og det er let at blive hørt. Som husstandsundersøgelsen dokumenterer, er der stærke netværk i landsbyen, som fletter sig gennem Torup og Økosamfundet Dyssekilde. Netværket dannes både af personlige uformelle relationer og personsammenfald mellem initiativtagere. Formelle fora, som Torup Ting, giver et fælles forum, hvor store og små skridt i udviklingen af Torup diskuteres og aftales. Torup har også en fælles Facebook-

gruppe, som benyttes overordentligt flittigt til beskeder og spørgsmål om både dagligdagsemner og landsbyens generelle udvikling.

- Sammenhold og fælles talerør til omverdenen. Via borgerforeningen og senere Torup Ting, har Torup formået at skabe enighed og stå med en fælles stemme overfor eksterne parter – eksempelvis kommunen eller fonde. Dette giver øget indflydelse på udviklingen, og eksterne ser Torup som en perspektivrig og relevant partner for samarbejde.
- Finansielle investeringer. Udover frivillige timer og engagement har Torups borgere formået at skaffe finansiering i det små via egne bidrag og større økonomiske investeringer via kommunen samt private og offentlige fonde.

Torup i dag

- Resultaterne af husstandsundersøgelsen dokumenterer et højt aktivitetsniveau i Torup, hvor stadig flere tilbud kommer til. Hver enkelt aktivitet kendes af mindst 75% af borgerne, og for langt størstedelens vedkommende af 100% af borgerne. Aktiviteterne møder også bred opbakning, idet de hver især i 2017 blev benyttet af mellem 32% og 84% af de adspurgte. Endelig understøttes aktiviteterne bredt af frivillig arbejdskraft. Særligt det sidste forhold indikerer, at Torups succes rækker ud over en lille gruppe ildsjæle og er solidt og bredt funderet i landsbysamfundet. Dette understøttes af, at der kun er små forskelle mellem resultaterne for Økosamfundet Dyssekilde og det øvrige Torup.
- Fra medieundersøgelsen ses, at igennem de seneste 10 år er Torup blevet omtalt ofte i medierne, hvilket vidner om stor aktivitet og gode kontakter til særligt de lokale og regionale medier. Hovedvægten i omtalen ligger på kulturelle aktiviteter. Desuden omtales Torup, når der er sager, hvor borgerne er i kontakt med eller konflikt med offentlige myndigheder, samt når borgerne og deres aktiviteter anerkendes af regionale og nationale organisationer. Økosamfundet Dyssekilde omtales – særligt i begyndelsen af perioden - separat fra Torup. Når dette sker, er der vægt på økologi, nært samvær og senere den særlige aktivitet 'Himmelstormfestivalen'. Der er dog en stigende tendens til, at omtalerne refererer til Torup generelt frem for Økosamfundet Dyssekilde, hvilke vidner om, at Torup er blevet kendt i sig selv, referencen til Økosamfundet Dyssekilde derfor bliver mindre væsentlig.

Samlet set er Torup i dag en landsby med et højt niveau af social kapital. Brobyggende social kapital viser sig ved den store vilje til dialog på tværs af hele landsbyen, generationer, samt på tværs af aktiviteter og dermed typer af interesser. Man kan desuden tale om bindende social kapital, når landsbyens borgere formår at stå samlet overfor kommunen og andre aktører, som har ønsker til udviklingen i Torup. Endeligt vidner den relativt store medieomtale af Torup, udefrakommende aktørers villighed til investering i Torup, samt omverdenens kendskab til Torup og aktiviteterne her om, at Torup-borgerne har et udviklet netværk udenfor Torup og dermed et højt niveau af forbindende social kapital. Desuden har Torup-borgerne også økonomisk kapital, hvor de investerer af egen lomme. Udviklingen er således fortrinsvis drevet af lokale og deres engagement i forhold til eksterne partnere (endogen udvikling).

Fremtidige udviklingsmuligheder

Kan Torup i fremtiden vedligeholde og udvikle landsbyen som et attraktivt og godt sted at bo og drive erhverv? Kan engagementet fastholdes? Ved borgermødet i juli 2018 diskuterede vi dette med borgerne i Torup og anvender indsigterne herfra i følgende diskussion.

Der er overvejende enighed i Torup om, at det går godt i landsbyen; det høje aktivitetsniveau og den gode samtalekultur danner grobund for fortsat udvikling. Der er også en anerkendelse af det historiske arbejde med opbygningen af social kapital, som den nutidige succes hviler på. Denne anerkendelse betyder, at man vil værne om de særlige forhold, som bidrager til den sociale kapital – også for at give denne videre til kommende borgere og

generationer. Mens det er åbenbart, at mange aktiviteter i Torup igangsættes eller koordineres af en mindre persongruppe, er den generelle holdning blandt borgerne, at den brede opbakning til aktiviteter og den generelt gode stemning vil sikre, at ildsjæle kan erstattes og at nye kommer til. Torup skal dog være opmærksomme på faren ved, at succes kan blive en sovepude. Der skal fortsat være stor opmærksomhed på, at opbygge og vedligeholde den sociale kapital og den store tilslutning til aktiviteterne. Ved borgermødet nævnte flere, at man nogle gange støtter op om projekter mere på grund af menneskerne end på grund af ideen. Dette pointerer nødvendigheden af et glidende generationsskifte blandt ildsjælene. Samtidigt er det væsentligt for det fortsatte høje aktivitetsniveau og den gode samtalekultur, at være opmærksom på, at alle er nødvendige i processen, og derfor værdsætte såvel igangsætterne, dem der slutter op og dem der står for den videre drift.

Investeringerne i fysisk kapital, infrastruktur og institutioner medvirker til Torups succes. Særligt børnehaven, skole og udbygningen af beboelsen i Økosamfundet Dyssekilde betyder, at børnefamilier let kan flytte ind og integreres i lokalmiljøet. Torups evne til at tiltrække økonomiske tilskud – eksempelvis til renovering af stationen og Torup torv - er også vigtige for at Torup fortsat er et attraktivt sted at bo og drive erhverv. Der skal derfor fortsat være stor opmærksomhed på at dyrke og styrke de gode eksterne relationer til kommunen og fonde. Også her er det vigtigt, at der sørges for glidende generationsskifte, så nye inddrages i samarbejdet med de eksterne parter.

Torup er i dag et attraktivt sted at flytte til, og der sker en løbende tilflytning. Blandt borgerne i Torup var der stor enighed om, at det nuværende indbyggertal på 350 borgere giver mulighed for, at man kender hinanden – hvis ikke privat så ved navn, og man kender måske også til de øvrige borgeres bopæl, familie osv. Denne overskuelighed blev nævnt som vigtig for at udøve et godt nærdemokrati, og for at sikre den pæne omgangstone og en stor andel af aktive. En konkret problemstilling, som Torup aktuelt diskuterer, er en mulig udvidelse af landsbyen. I samarbejde med Halsnæs kommune har Torup udpeget et areal ("Hvideland"), som skal byggemodnes og danne grundlag for boliger til 150 nye borgere. Der blev rejst bekymring for, at man kunne miste grundlaget for det gode nærdemokrati, omgangstone og ansvarsfølelse for aktiviteter i et samfund på 500 borgere. Omvendt mente flere, at kulturen med at byde nye borgere velkommen og invitere dem ind i diverse netværk ville sikre, at de 150 nye borgere hurtigt bliver en del af nærdemokratiet og fællesskabet i Torup. Af husstandsundersøgelsen ses, at der allerede i dag er folk, som ikke er en så integreret del af fællesskabet. Dette kan være selvvalgt, men kan også være nogle, der af en eller anden grund ikke opfatter sig selv som del af de aktiviteter, der foregår. Så der skal fortsat være stort fokus på at inddrage de nye (og gamle) borgere og sørge for, at det større beboerantal ikke resulterer i, at alle tror, at nogen gør, og i sidste ende gør ingen noget.

Afsluttende kan det siges, at Torup ikke er en succes i kraft af de specifikke aktiviteter, som finder sted nu. De vil sandsynligvis have en vis levetid – mens nogle er kommet for at blive, vil andre forsvinde efter en periode. Torup er en succes, fordi det er let at skabe nye aktiviteter, og fordi borgerne har lyst til at skabe og bidrage til nye aktiviteter og projekter. Vi har i denne rapport forsøgt at belyse hvilke forudsætninger der har været for at skabe dette miljø, hvordan forudsætningerne er blevet udnyttet, og hvordan fremtiden eventuelt tegner sig. Vi må konkludere, at en stor del af Torups succes hviler på den stemning, der er i landsbyen. Mens vi har beskrevet, hvad der kan bidrage til denne stemning, er det svært nøjagtigt at give en komplet identifikation af samtlige forhold, som bidrager til Torups succes.

Endelig er det interessant at spørge, om Torups succes kan gentages andre steder? En videnskabelig forsvarlig besvarelse af dette spørgsmål ligger udenfor nærværende projekt, idet vi udelukkende har fokuseret på Torup, men vores resultater peger på to hovedfaktorer som vigtige: geografisk placering og lokalsamfundets kultur. Torup er geografisk placeret i udkanten af hovedstadsområdet men forbundet til service- og arbejdspladsudbud i Hundested, Frederiksværk, Hillerød og København via vejnet og jernbane. Denne lokaliseringsfaktor kan have stor betydning for at tiltrække og fastholde borgere. En første screening af potentialet for at gentage Torups succes andre steder

vil derfor være en geografisk analyse, hvor nærhed til infrastruktur, arbejdspladser og grønne omgivelser prioriteres. Lokalsamfundets kultur er i Torup karakteriseret ved stærke sociale netværk knyttet sammen af aktiviteter, personlige relationer, interessefællesskaber og ikke mindst Torup som bosted. Disse netværk bliver yderligere vedligeholdt og udbygget af en pæn debat- og samtalekultur. Netværket og samtalekulturen skabes naturligvis af de borgere, som indgår i netværket, og det er derfor ganske svært at gætte på, om og hvor et sådant netværk og samtalekultur kan genskabes.

Referencer

Lee, J., Árnason, A., Nightingale, A. & Shucksmith, M., 2005: Networking: Social Capital and Identities in European Rural Development, *Sociologia Ruralis* 45(4): 269-283.

Murdoch, J., 2000: Networks – a new paradigm of rural development?, *Journal of Rural Studies* 16: 407-419.

Shucksmith, M., 2000: Endogenous development, social capital and social inclusion - perspectives from LEADER in the UK, *Sociologia Ruralis* 40(2): 208-218.

Svendsen, G., 2007: Hvorfor klarer nogle udkantssamfund sig bedre end andre? – en analyse af udnyttelsen af stedbundne ressourcer i to danske udkantssamfund, IFUL Report 2/2007, Syddansk Universitet.

Appendiks 1 – Spørgeskema Torup Marked

SPØRGESKEMA TORUP MARKED, 30/09 2017. Interviewer:

SPØRGSMÅL	SVAR	KOMMENTAR
HVOR MANGE GANGE HAR DU VÆRET HER I ÅR?		
POSTNUMMER SOMMERHUS		
POSTNUMMER HJEMME		
ALDER		
MAND/KVINDE/PAR		
HVORFOR KOMMER DU TIL TORUP MARKED?	Friske råvarer Økologisk Lokalt produceret Støtte lokale producenter Stort udvalg Hygge/torvestemning Socialt, møde naboer, venner Spise frokost	
KENDER DU TIL KONCEPTET KILOMETERMAD?	JA NEJ	
- HVIS JA, HAR DET EN BETYDELING FOR AT DU KOMMER HER? [1-3]	1: HØJ 2. MELLEMLIG 3: SLET IKKE	
ER DU TAGET HERHEN MEE VENNER/FAMILIE/HAR AFTALT AT MØDES MED NOGEN HER?	JA NEJ	
HVORDAN FIK DU FØRSTE GANG KENDSKAB TIL MARKEDET?	Facebook Hørt fra naboer/venner Kom forbi Aviser/medier Bor i Torup	
HVILKET ÅR VAR DU HER FØRSTE GANG?		

Appendiks 2 – Husstandsundersøgelse Torup

Spørgeskema til beboere i Torup, November 2017

Observeret af interviewer

Bopæls placering
Køn

Dyssekilde = 1; Øvrig Torup = 2 ___
Hun = 1; Han = 2 ___

BAGGRUND I TORUP

1. Hvor mange bor i husstanden? Antal >=18 år ___
Antal < 18 år ___
2. Er du i arbejde? Ja=1; Nej=2; pens=3 ___
- 2.a – hvis ja: I Torup=1; indenfor ca. 10 km; længere væk ___
3. Hvornår er **du** flyttet til Torup? Årstal ___
4. Er der nogen >= 18 år i husstanden, som har boet her længere? Nej = 0; ellers Årstal ___
5. Hvorfor flyttede du her til? 1=her står noget ___
Skriv: -

6. Hvorfor bliver du/I boende? 1=her står noget ___
Skriv: -

7. Ser du/I nogle fra Torup privat? (ikke relateret til specifikke aktiviteter, bare en sludder/middag) Nej = 0; Ja = 1 ___
- 7.a Hvis JA: Hvor mange ca. fordelt på Dyssekilde ___
Øvrig Torup ___

KENDSKAB TIL OG BRUG AF AKTIVITETER I TORUP

Her stilles spørgsmål for en række aktiviteter

8. Har du hørt om **Torup Marked**? Nej = 0; Ja = 1 ___
- 8.a Har du / I benyttet Torup Marked i 2017? Nej = 0; Ja = 1 ___
- 8.b Er du / I involveret som frivillig i Torup Marked? ___
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 8.c Hvis nej i 8.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillige? Nej=0; Ja=1 ___
9. Har du hørt om **Mejeriet Torup**? Nej = 0; Ja = 1 ___
- 9.a Har du / I benyttet aktiviteter i Mejeriet Torup i 2017? Nej = 0; Ja = 1 ___
- 9.b Er du/ I involveret som frivillig i Mejeriet Torup? ___
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 9.c Hvis nej i 9.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillig? Nej=0; Ja=1 ___
10. Har du hørt om **Torup Bogby**? Nej = 0; Ja = 1 ___
- 10.a Har du / I deltaget i eller benyttet dig af Torup Bogby i 2017? Nej = 0; Ja = 1 ___
- 10.b Er du/ I involveret som frivillig i Torup Bogby? ___
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 10.c Hvis nej i 10.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillig? Nej=0; Ja=1 ___

11. Har du hørt om **Galleri under Købmanden**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 11.a Har du / I benyttet dig af Galleriet i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 11.b Er du/ I involveret som frivillig / udstiller i Galleriet? _____
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 11.c Hvis nej i 11.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillig? Nej=0; Ja=1 _____
-
12. Har du hørt om **Torup Ting**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 12.a Har du / I deltaget i Torup Ting i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
-
13. Har du hørt om **Forsamlingshuset (Torup Landsbycenter)**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 13.b Er du/ I involveret som frivillig i Forsamlingshuset? _____
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 13.c Hvis nej i 13.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillig? Nej=0; Ja=1 _____
-
14. Har du hørt om arrangementer i **Kirken**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 14.a Har du / I deltaget i sådanne arrangementer i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 14.b Er du/ I involveret som frivillig ved arrangementer? _____
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 14.c Hvis nej i 14.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillig? Nej=0; Ja=1 _____
-
15. Har du hørt om **Himmelstormfestivalen**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 15.a Har du / I deltaget i Festivalen i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 15.b Er du/ I involveret som frivillig i Festivalen? _____
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 15.c Hvis nej i 15.b: Har du/I tidligere været involveret som frivillig? Nej=0; Ja=1 _____
-
16. Har du hørt om **arbejdsgrupper i Dyssekilde Økosamfund**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 16.a Har du / I deltaget i arbejdsgrupper i Dyssekilde i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
(Nej=0; Ja selv=1; Ja partner=2; Ja begge=3)
- 16.b Hvis ja – hvilke: _____

-
17. Har du/I eller har du/I haft børn i **Halsnæs Lilleskole**? Nej=0; har=1; før=2 _____
18. Har du/I været med til at tage initiativ til oprettelse af skolen? Nej=0; Ja=1 _____
-
19. Har du/I eller har du/I haft børn i **Torup Børnehave**? Nej=0; har=1; før=2 _____
20. Har du/I været med til at tage initiativ til oprettelsen? Nej=0; Ja=1 _____
-
21. Bruger du/I **andre tilbud** i Torup inkl. i Økosamfundet Dyssekilde? (fx foreninger, yoga/alternativ behandling, cafe Torup, håndværkere/kunst, dagpleje) Nej=0; Ja=1 _____
Hvis JA – skriv: _____

-
22. Gør du/I indkøb lokalt i Torup inkl. i Økosamfundet Dyssekilde (fx Brugsen, bageriet Korsang i Dyssekilde; helsekostbutik) Nej=0; Ja=1 _____

Hvis JA – skriv hvilke butikker:

Hvis JA: ca hvor ofte ?

(dagligt =1; ugentligt =2; månedligt=3; årligt=4)

23. Deltager du/I i aktiviteter i Dyssekilde (fx fællesspisning, julemarked, høstmarked)

Nej=0; Ja=1

Hvis JA – skriv hvilke aktiviteter:

Rund af: Tak. Foreløbige resultater vil blive præsenteret ved møde i begyndelse af det nye år. Alle beboere i Torup vil blive inviteret til dette møde.

Appendiks 3 – Spørgeskema omegn

Spørgeskema til folk der ikke er bosiddende i Torup, Maj 2018

Observeret af interviewer

By, evt. placering _____

Tidspunkt, Dato _____

Køn _____

Hun = 1; Han = 2 _____

BAGGRUND

1. Hvilket postnummer bor du i? Postnr _____
2. Hvor længe har du boet der? Antal år _____
- 2.a Hvis antal år < 1 år: I hvilket postnr boede du før? Postnr _____

KENDSKAB TIL TORUP

3. Har du hørt om landsbyen Torup i Halsnæs kommune? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 3.a Hvis ja – hvad er dit indtryk af Torup? _____

4. Har du hørt om Økosamfundet Dyssekilde i Halsnæs kommune? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 4.a Hvis ja – hvad er dit indtryk af Økosamfundet Dyssekilde? _____

5. Kender du nogen, der bor i Torup / Dyssekilde? Nej = 0; Ja = 1 _____
6. Har du selv boet i Torup / Dyssekilde? Nej = 0; Ja = 1 _____

KENDSKAB TIL AKTIVITETER I TORUP

7. Har du hørt om **Torup Marked**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 7.a Har du besøgt Torup Marked i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 7.b Hvis ja: var det i forbindelse med sommerhusophold? Nej = 0; Ja = 1 _____

8. Har du hørt om **Mejeriet Torup**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 8.a Har du benyttet aktiviteter i Mejeriet Torup i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 8.b Hvis ja: var det i forbindelse med sommerhusophold? Nej = 0; Ja = 1 _____

9. Har du hørt om **Torup Bogby**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 9.a Har du benyttet dig af Torup Bogby i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 9.b Hvis ja: var det i forbindelse med sommerhusophold? Nej = 0; Ja = 1 _____

10. Har du hørt om **Cafe Torup ved Dyssekilde**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 10.a Har du besøgt Cafe Torup i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 10.b Hvis ja: var det i forbindelse med sommerhusophold? Nej = 0; Ja = 1 _____

11. Har du hørt om arrangementer i **Torup kirke**? Nej = 0; Ja = 1 _____

- 11.a Har du deltaget i sådanne arrangementer i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 11.b Hvis ja: var det i forbindelse med sommerhusophold? Nej = 0; Ja = 1 _____
12. Har du hørt om **Himmelstormfestivalen**? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 12.a Har du deltaget i Festivalen i 2017? Nej = 0; Ja = 1 _____
- 12.b Hvis ja: var det i forbindelse med sommerhusophold? Nej = 0; Ja = 1 _____
13. Har du eller har du haft børn i **Halsnæs Lilleskole**? Nej=0; har=1; før=2 _____
14. Har du eller har du haft børn i **Torup Børnehave**? Nej=0; har=1; før=2 _____
15. Bruger du **andre tilbud** i Torup inkl. i Økosamfundet Dyssekilde? Nej=0; Ja=1 _____
(fx foreninger, yoga/alternativ behandling, håndværkere/kunst, dagpleje)
Hvis JA – skriv:

-

KØBENHAVNS UNIVERSITET

INSTITUT FOR GEOVIDENSKAB
OG NATURFORVALTNING

ROLIGHEDSVEJ 23
1958 FREDERIKSBERG

TLF. 35 33 15 00
IGN@IGN.KU.DK
WWW.IGN.KU.DK