

UNGE I LYNGBY

Om fysiske rum og aktiviteter
rettet mod unge i Lyngby

Resultater fra en undersøgelse foretaget i efteråret 2019

INDHOLD

INTRODUKTION

1. FYSISKE RUM & OPHOLDSSTEDER
- EN ATTRAKTIV BY FOR UNGE

2. AKTIVITETER & TILBUD
- FORETRUKNE INTERESSER

3. KOMMUNIKATIONSKANALER

4. FORSLAG & ANBEFALINGER



INTRODUKTION

En undersøgelse af unges opfattelse af Lyngby

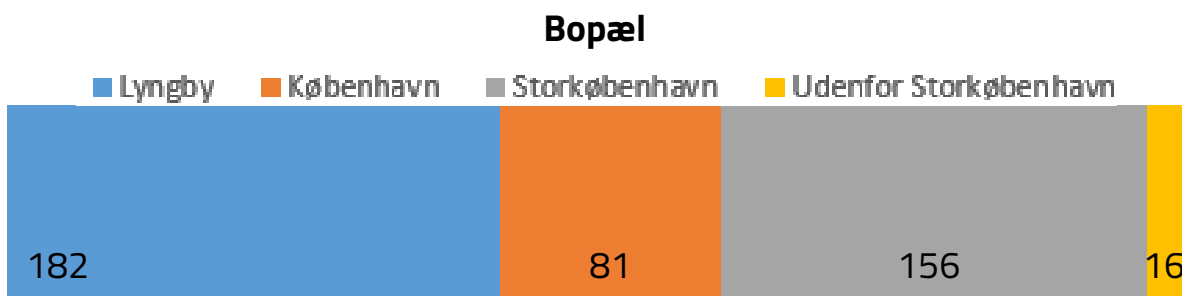
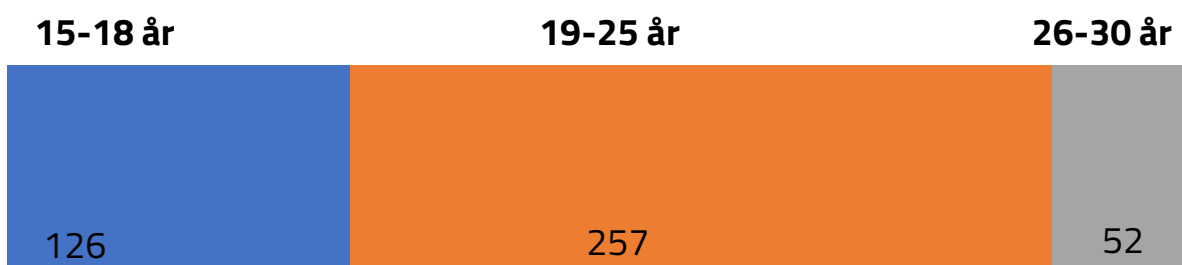
Denne kvantitative undersøgelse har fokus på at afdække, hvordan Lyngby opfattes blandt unge. Hvordan opleves udearealerne? Er der aktiviteter nok i byen tiltænkt de unge? Og hvordan får vi de unge til at bruge byen mere?

Undersøgelsen er igangsat med henblik på at afdække unges behov og ønsker til byens rum og tilbud – fra de unges perspektiv. I 2018 boede der omkring 5.500 studerende i Lyngby ud af i alt ca. 17.000 studerende. Der er altså et enormt potentiale i at gøre byen mere attraktiv for de unge.

Undersøgelsen er baseret på 435 besvarelser med en målgruppe af unge i alderen 15-30 år. Målgruppen er inddelt i grupperinger af 15-18 år, 19-25 år og 26-30 år. 180 af de adspurgte er bosat i Lyngby.

Spørgeskemaet blev sendt ud til Cphbusiness, DTU, Maskinmesterskolen, Virum Gymnasium, VUC Lyngby og Unord i perioden august-september 2019.

435 respondenter



1 FYSISKE RUM & OPHOLDSSTEDER

Hvordan beskrives Lyngbys fysiske rum af unge?

De unge blev i spørgeskemaet bedt om at tage stilling til om Lyngby er en by, der har plads til de unge. De adspurgte fik desuden mulighed for at tilføje kommentarer om Lyngby, som vi har opsummeret her:

- +
 - Lyngby har en fin placering væk fra storbyen, men dog tæt på.
 - Lyngby er en kombination af vand, skov og by.
 - Lyngby er et idyllisk samfund med smukke omgivelser.
 - Flere ser fordele ved letbanen og ser frem til at den er færdig.
- - Centrum føles som høj klasse med formel stemning.
 - Der mangler opholdssteder for unge i byen fx et ungdomshus
 - Kollektiv trafik fra kollegier er mangelfuld – især om aftenen.
 - Dyre boligpriser har en negativ effekt på opfattelsen af Lyngby.
 - Trafikale udfordringer ved stationen og usammenhængende cykelstier.
 - Mange af de adspurgte er bosat uden for Lyngby, og benytter kun byen i transit.

"Der mangler ungdomshuse, eller et sted, hvor unge kan være."

"Der mangler kollegier eller ungdomsboliger til de studerende, så vi ikke skal rejse op til 2 timer hver vej, hver dag for at komme til studiet."

"Flere udendørs pladser hvor man kan sidde, når det er godt vejr. Gør Rådhuspladsen mere hyggelig."



27% af de unge føler ikke, at der plads til dem i byen.

En attraktiv by for unge

De adspurgte blev desuden bedt om at vælge 3 faktorer ud af otte mulige, der har størst betydning for, hvor attraktiv de vurderer en by til at være.

73% af de unge lægger vægt på god offentlig transport.

59% af de unge vurderer at afstanden til job og/eller uddannelse er en vigtig faktor.

58% af de unge peger på afstanden til dagligvarer som en vigtig faktor.

51% af de unge mener at et levende natteliv er en vigtig faktor.

33% af de unge mener at kulturelle tilbud og begivenheder i byen er en vigtig faktor.

26% af de unge mener at forskellige shopping-muligheder har betydning for, hvor attraktiv en by er.

"Jeg kan godt lide Lyngby. Én ting er selve byen, men også dens placering i forhold til mine interesser."

"Lyngby er tæt på København, men stadig med naturområder, shopping-muligheder, gode uddannelsesmuligheder og meget offentlig transport."



2 AKTIVITETER & TILBUD

Hvordan beskrives Lyngbys aktiviteter af unge?

De unge blev i spørgeskemaet bedt om at tage stilling til om Lyngby er en by, der har aktiviteter og tilbud der henvender sig til dem. De adspurgte fik desuden mulighed for at tilføje kommentarer om Lyngby, som vi har opsummeret her:

- +** • Lyngby er et godt sted at mødes pga. de store åbne områder og storcenteret.
- Lyngby betragtes som en eftertragtet by at stifte familie i.
- Lyngby betragtes som en god by at få børn i.
- • Der mangler aktiviteter og tilbud målrettet unge.
- Byen henvender sig til andre målgrupper.
- Der mangler et aften- natteliv, de unge kan benytte sig af.
- Der efterspørges et studenter- eller ungdomshus eller klubber, hvor de unge kan opholde sig om aftenen.
- Flere har opfattelsen af, at alt man kan lave i Lyngby er at shoppe.
- Der mangler studievenlige lærerige aktiviteter.

"Lyngby "slukker" efter 19-20 tiden. Der mangler liv og glade dage efter det tidspunkt."

"En god bar vil nok kunne få mig mere i byen, der er simpelthen for langt til København."

Der mangler barer og liv udenfor DTU campus."

"Hvis man kunne lave andet end at købe ting, så ville det være lækkert."



40% af de unge mener ikke, at der er nok aktiviteter målrettet dem.

Foretrukne interesser

De adspurgte blev i spørgeskemaet bedt om at vælge deres 3 foretrukne interesser ud fra en multiple choice liste. Spørgsmålet var: Hvilket arrangement går du oftest til?

De 10 mest populære arrangementer og aktiviteter er:

75 % foretrækker musik/koncertoplevelser.

63 % foretrækker madoplevelser

58 % foretrækker byture

46 % foretrækker festivaler

31 % foretrækker sportsaktiviteter

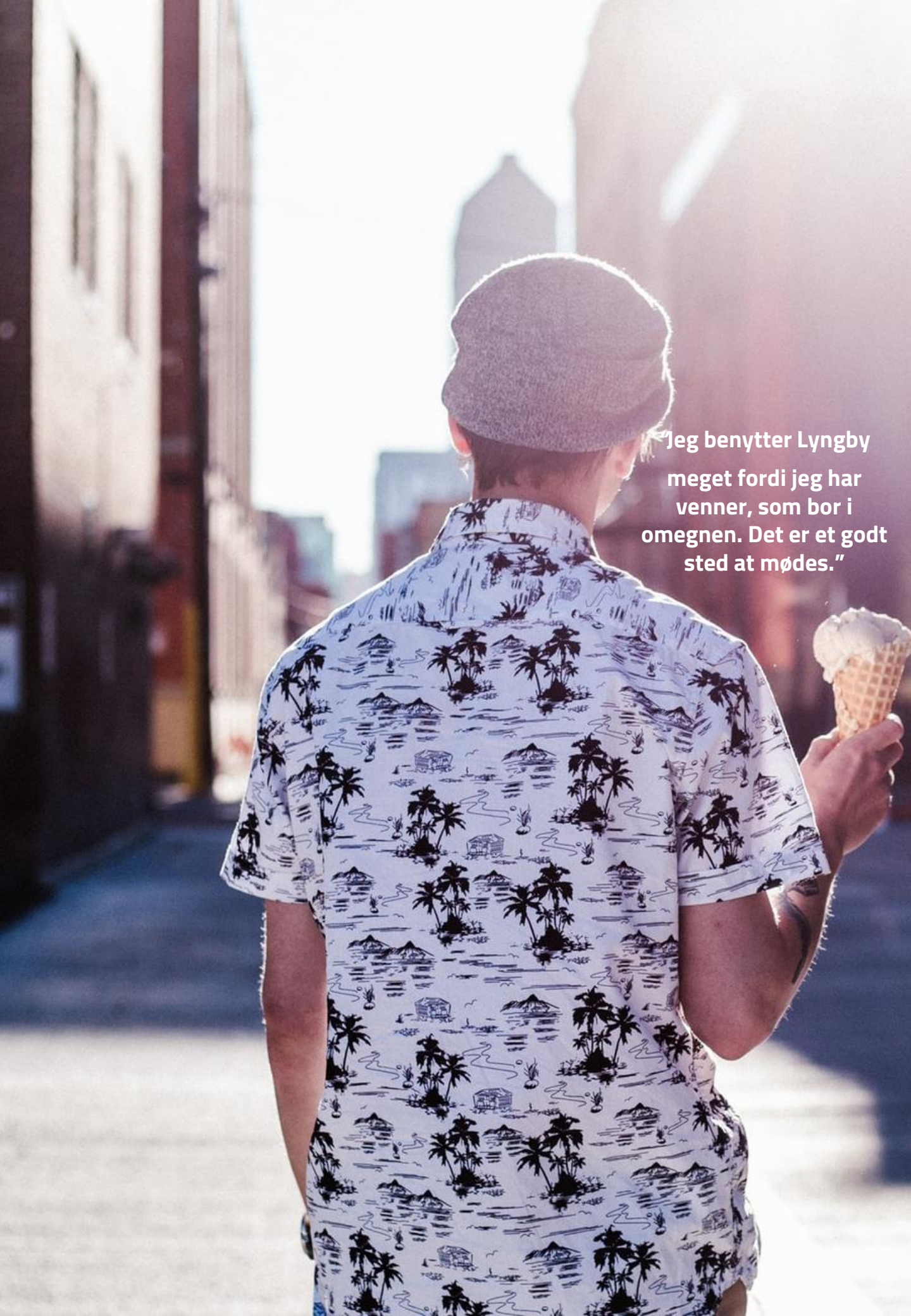
24 % foretrækker meet-up events

22 % foretrækker videnskabsarrangementer

21 % foretrækker foredrag i deres fritid

19 % foretrækker teateroplevelser

5 % foretrækker "Andet" som fx rummer lagersalg, loppemarked, pubquiz, dans.

A person is shown from the back, standing in a city street. They are wearing a white short-sleeved shirt with a black tropical print featuring palm trees, huts, and waves. They are also wearing a light-colored beanie. In their right hand, they hold a waffle cone with a scoop of light-colored ice cream. The background shows a city street with buildings and a bright sky, suggesting a sunny day.

"Jeg benytter Lyngby
meget fordi jeg har
venner, som bor i
omegnen. Det er et godt
sted at mødes."

3 KOMMUNIKATIONSKANALER

Hvor finder de unge information om events?

De unge blev i spørgeskemaet bedt om at tage stilling til, hvordan de gerne vil kontaktes i forbindelse med events og aktiviteter.

De 4 mest populære kanaler/platforme er:

- Facebook
- Plakater
- Online ads
- Nyhedsbrev



Facebook
83%

Plakater
32%

Online ads
26%

Nyhedsbreve
13%

4 FORSLAG & ANBEFALINGER

Skab kulturelle og sociale aktiviteter rettet mod unge

Besvarelsene i undersøgelsen indikerer at en øget opmærksomhed på at få sociale arrangementer ud i byrummet har et kæmpe potentiale. De unge efterlyser særligt interessebestemte arrangementer med sociale aspekter indlagt. Særligt respondenter fra DTU efterspørger dette, da mange af dem ikke har et netværk i byen.

- Meet-ups - Etablering af nye fællesskaber og netværk
- Workshops (madlavning, bagning, cocktailkurser m.v.)
- Værksteder (keramik, syning, håndarbejde m.v.)

Hvad ville kunne få dig til at bruge Lyngby mere?

60 % barer/diskoteker

45 % musik/koncerter

36 % restauranter

23 % shopping-muligheder

21 % meet-up events

21 % Sportsarrangementer

14 % Foredrag

Inddrag unge i planlægningen af fysiske rum og aktiviteter

Ved at inddrage de unge i planlægningen af aktiviteter og give dem medbestemmelse kan man øge det ejerskab og tilhørsforhold de har til byen og få dem til at føle sig mere velkomne.

- Etablering af ungdomshus eller mødesteder (Vandværket eksisterer, men bliver ikke nævnt).
- Nyt stadion, hvor også koncerter kan afholdes.
- Udnyt svømmehallen – evt. biograf i vandet.
- En forhindringsbane (udendørs træningsarealer)
- Lad byen komme til de unge; Etabler samarbejder mellem handelsforeningen, butikkerne og skolerne om bl.a. udendørsmarkeder og pop-up shops.



”Der mangler plads til studerende – Det virker som om vi ikke er velkomne”

Kommunikér til de unge via de unges kanaler

Facebook er de unges foretrukne kommunikationskanal, når det gælder events. Hele 83 % af de adspurgte markerede i undersøgelsen Facebook, som deres primære kilde til at finde events.





