



KØBENHAVNS KOMMUNE

Kultur- og Fritidsforvaltningen

Sekretariat & Kommunikation

Rapport fra Kultur- og Fritidsudvalgets studierejse til Singapore fra den 3. – 10. marts 2012

12-03-2012

Sagsnr.

2011-12269

Dokumentnr.

2012-209196



Kultur- og Fritidsudvalget besøgte i perioden 3.-10. marts 2012 Singapore.

Deltagerne på studieturen var fra Kultur- og Fritidsudvalget Pia Allerslev, Tue Hækkerup, Allan Ahmad, Bjarne Fey, Leslie Arentoft, Marialise Rømer, Muhammad Aslam, Susanne Møller, Taner Yilmaz og Neil Stenbæk Bloem. Endvidere deltog embedsmænd fra Kultur- og Fritidsforvaltningen direktør Carsten Haurum, Direktør Olga Brüniche-Olsen, kontorchef Nanna Bugge og specialkonsulent Susanne Skovgaard samt Direktør for Borgerservice Thomas Jacobsen.

Singapore var udvalgt som rejsemål for at få inspiration til løsning af konkrete københavnske udfordringer inden for udvalgets opgaveområde, herunder med fokus på digitaliseringsområdet, biblioteksudvikling, filmindustri og kreativ vækst.

Studieturens program omfattede møder med en række statslige styrelser og organer, virksomheder samt kulturinstitutioner.

Rådhuset
1599 København V

Telefon
3366 2315

E-mail
suskov@kff.kk.dk

EAN nummer
5798009780515

www.kk.dk

1. Møde med Media Development Authorities (MDA) og Singapore Film Commission (SFC)

Mødets formål var:

- At få indsigt i mål og metoder anvendt af Media Development Authorities for at fremme mediesektoren i Singapore
- Forhold og potentialer i forskellige dele af filmindustrien, herunder filmindustrien som vækstdriver
- At få indsigt i Singapore Film Commissions arbejde samt hvilke erfaringer, SFC har gjort sig inden for dette område



Media Development Authorities (MDA)

Singapores regering har aktivt arbejdet med at udvikle Singapores kreative industrier siden midten af 1980'erne. I 1991 udviklede regeringen en plan for de kreative sektorer med særligt fokus på film og musik, medier, design samt kunst og underholdning.

Indsatsområderne var dels:

- Investeringer til at tiltrække verdens dygtigste spillere inden for de forskellige sektorer med henblik på at komme ind på verdensmarkedet samt bringe ekspertise til Singapore
- Kapacitetsopbygning gennem midler til træning/kompetenceudvikling.

MDA blev dannet i 2003 ved at sammenlægge Singapore Broadcasting Authority, Films and Publications Department samt Singapore Film Commission. Målet var at skabe en organisation, der kunne tage føringen i forhold til at udvikle en dynamisk mediesektor i Singapore samt styrke Singapores egne medie-virksomheder og tiltrække udenlandske investeringer.

Som svar på de hastigt ændrede globale medier lancerede MDA i 2009 en ny plan for Singapores mediestrategi kaldet Singapore Media

Fusion Plan (SMFP). SMFP er en del af Singapores bestræbelser på at skabe kreativ vækst, og med denne plan vil MDA transformere Singapore til et globalt centrum for "New Asia Media".

Formål

Satsningen på mediesektoren har et dobbelt formål. En stærk medie sektor bidrager direkte til økonomisk vækst, men er samtidig en måde at promovere en bedre forståelse af Singapores kultur samt skabelse af en Singapore-identitet.

Vision og værdier

1. Strategisk planlægning

Singapore arbejder med langsigtede perspektiver – konkret arbejder MDA ud fra femårsplaner, men med perspektiver på 20-25 år.

Effekter og formål ved satsning på medieindustrien for MDA:

- *Potentiale for økonomisk vækst:* Det globale media- og underholdningsmarked havde ifølge ProcewaterhouseCoopers (PwC) i 2007 et marked på 1,6 billioner USD og forudsiges en vækst i 2012 til 2,2 billioner USD med en årlig vækst på 6,6 %. I Singapore har væksten inden for mediesektoren fra 1996 til 2006 været på 8 % - hvilket var 5,4 % højere end den generelle økonomi. Sektoren bidrog i 2006 med en værditilvækst på 19,5 mia. SGD samt en indtægt på 19,5 mia. til økonomien. Sektoren beskæftigede 54.700 personer.
- *Spill-over effekter:* Mediesektoren har afsmittende virkning på andre områder, herunder turisme samt salg af produkter og services. Derudover er medier med til at skabe den omgivende verdens opfattelse af landets kultur og værdier.
- *Indhold:* I første fase fra 2003 havde MDA fokus på selve de teknologiske løsninger. Siden har MDA indset, at vi befinder os i en "kognitiv tidsalder", hvilket betyder, at psykologi, kultur og pædagogik bliver drivkræfter for økonomisk forandring og fremtidsudsigter. Ideer, koncepter mv. får større betydning end før. Det bliver derfor i højere grad kvaliteten af de "fortællinger", medierne skaber, end teknikken i sig selv, og MDA har i anden fase flyttet fokus til selve indholdsproduktionen ud over det teknologiske udgangspunkt.
- *Det lokale i det globale:* MDA opererer ud fra betragtningen at kun det, der virker lokalt, virker globalt. Singaporeanerne skal have digitale indholdskompetencer, skabe fortællinger for sig selv, samfundet og verden. Dette skal samtidig ses i forhold til regeringens forsøg på at skabe en stærk identitet for Singapore og udnytte den fordel landet har i forhold til de øvrige asiatiske lande.

- *Ideer*: Fokus er ikke nødvendigvis på at bevare rettigheder, men på ideer. De skal kunne vokse. Det er det signal, som regeringen forsøger at sende.

2. Vilkår

- *Udgangspunkt i det, der er*: Singapore har ingen naturressourcer, men human capital og teknologi.

- *Egenværdi*: Singapore er et multikulturelt samfund. Regeringen vægter det multikulturelle som singaporeanernes identitet. Det hænger samtidig sammen med strategien om kreativ vækst, idet den multikulturelle identitet giver en dynamisk grobund for idegenerering og kreativitet

- *Konkurrencefordel*: Singapore har med sin udvikling inden for mediesektoren og teknologien samt sit fokus på identitet en unik mulighed på det globale marked, hvis den kapitaliserer følgende faktorer:

- a. Den digitale medie revolution
- b. "The rise of Asia".

3. Konkrete mål og intentioner

- *Investeringer*: Singapores regering har investeret massivt i udviklingen af de kreative sektorer, herunder mediesektoren. Eksempler er:

- 500 mio. SGD over 5 år til et strategisk forsknings- og udviklingsprogram, som skal understøtte den langsigtede vision (2006)
- 1,3 mia. SGD til opbygning af et medie-økosystem, som skal sikre talentudvikling (både Singapores egne samt internationale talenter), tiltrækning af udenlandske velrenommerede medieuddannelser (f.eks. New York University Tisch School of the Arts).

- *Talent*: Fokus på talentudvikling og kreativitet. F.eks. har MDA sat et mål op om 10.000 nye talenter og 1000 nye start ups (nye virksomheder).

- *Potentiale*: MDA har særligt fokus på de virksomheder, som har lyst til at skalere og prøve kræfter internationalt. Dvs. ikke de store (kommercielle), men virksomheder med potentiale, men som behøver støtte eller vejledning.

- *Forankring*: Når der kommer virksomheder udefra forsøger MDA at sikre overførsel af viden og uddannelse af Singapores talentmasse gennem partnerskaber med internationale partnere. Hvis virksomheder skal støttes, skal de etablere et datterselskab eller lignende i Singapore. På den måde sikrer de

forbindelsen i stedet for at virksomheder kommer for en filmlocation og forsvinder igen.

- *Nye mål:* Det nye mål for MDA er ikke nødvendigvis at få flere i den kreative sektor, men at øge produktiviteten.

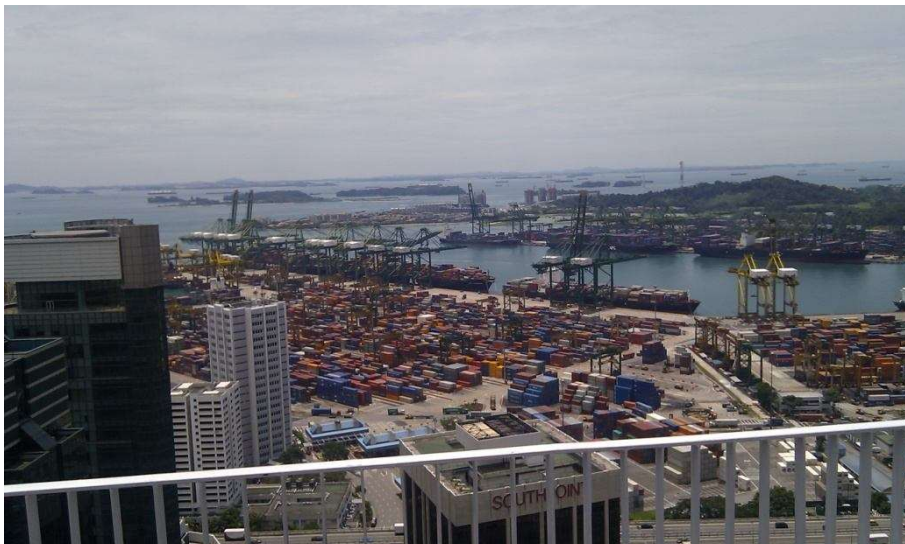
Fremtidig støtte?

- *Fremtidens behov:* MDA opererer med et perspektiv på 20-25 år. Evalueringen af den sidste femårsplan viser, at der stadig er behov for støtte. De lokale producenter sælger ikke og er ikke økonomisk bæredygtige. De film eksempelvis, der sælger, får ingen støtte i dag fra programmerne. Filmfonden eksempelvis har ikke nok return of investment. Men derfor vil de alligevel fortsætte fonden efter 2013.
- *Skift perspektivet:* I stedet for at se begrænset på return of investment til eksempelvis en filmfond, mener MDA/SFC at det er lige så vigtigt at se på rentabiliteten hos virksomhederne.

Eksempler på støtteprogrammer indenfor film, computerspil, animation, broadcast, interaktive medier, musik og forlæggervirksomhed:

- *Development assistance:* Der ydes støtte til at tage ideerne til en fase, hvor de kan pitches kommercielt. Støtten er tilgængelig for singaporeaner og "permanent residents" samt for Singapore-registrerede virksomheder
- *Production assistance:* Der ydes støtte til indhold, som kan sælges. Støtten kan være op til 40 % af produktionens udgifter (spending) i Singapore. Udgifterne kan være inden for arbejdskraft, talenter, løn, hard- og software, IP-rettigheder, leje af udstyr, lokationer, kunst, rejser, distribution mv. For at sikre en strøm af projekter, får en støttet produktion yderligere 10 % af udgifterne til en ny produktion.
- *Marketing assistance:* Der ydes støtte til rejser relateret til internationale markeder og events, akkreditering, markedsføring rettet mod det internationale marked, udgifter relateret til at konvertere materialer til at imødegå de krævede formater og specifikationer, kultivering af efterspørgsel på udvalgte markeder. Virksomheder kan få op til ca. 125.000 DKK, enkeltpersoner op til 25.000 DKK.

- *Talent assistance*: Programmet hjælper professionelle inden for mediesektoren til at opgradere deres kompetencer og deres muligheder på arbejdsmarkedet. Der ydes støtte til træningsprogrammer (kompetenceudvikling til voksne), praktik og scholarships,
- *Enterprise assistance*: Der ydes støtte til virksomheder der ønsker at ekspandere, herunder analyser og hjælp til at indgå i nye markeder, udvikling af kompetencer for at tilgå nye markeder mv. One stop shop
- *IDM Jump-start and Mentor initiative*: et program hvis formål er at udvikle en bæredygtig kapacitet for græsrods innovation. Individer eller nye virksomheder med banebrydende ideer kan få vejledning og funding for at realisere dem.
- *Futurescape programme – støtte til industrien*: for at mobilisere industrien støttes 3 målgrupper: internationale virksomheder, lokale flagskibe samt små og mellemstore virksomheder (SMEs).



Singapore Film Commission

Singapore Film Commission (SFC) blev dannet i 1998 med henblik på at støtte og udvikle filmindustrien. SFC blev etableret med midler fra deres daværende Erhvervsministerium samt Singapore Turism Board. I 2003 blev SFC en del af MDA.

SFCs formål

- Opmuntre til, udvikle og nurse filmtalenter
- Tilbyde funding til nationale produktioner af lovende filmskabere
- Opmuntre til at skabe en større diversitet inden for film
- Promovere "made by Singapore" film til det internationale marked
- Facilitere muligheder for lokal filmproduktionsselskaber og filmskabere til at møde deres modparter uden for Singapore ift. udveksling og samarbejde.

SFC arbejder inden for fire hovedområder:

- Funding
- Facilitering
- Promovering
- Træning/kompetenceudvikling

SFC var i sin første fase fokuseret på produktion. Men fokus er udvidet til før og efter produktionen:

- Ide
- Ideudvikling
- Produktion
- Markedsføring
- Enterprice (for at sikre bæredygtighed).

Filmstøtten sker gennem MDAs programmer (development, production, marketing, talent og enterprice assistance), som dækker film, computerspil, interaktive medier mv. Inden for film har SFC dog et særligt fokus på talentudvikling, som har ført til etablering af "the SFC New Feature Film Fund" i 2008, som skal støtte unge filmskabere.

Foreløbige resultater

- SFC har etableret en række støtteprogrammer
- SFC har Co-investeret i feature film
- SFC har støttet mere end 500 kortfilm
- SFC har støttet mere end 80 manuskripter
- SFC har støttet lokale filmevents som viser Singapore som filmnation, herunder Singapore International Film Festival, The Substation's Moving Image Programme og short cut series



2. Møde med Design Singapore Council

Mødets formål var:

- At få indsigt i den nationale strategi for design og de betragtninger, der er medtaget i skabelsen af den.
- Erfaringer inden for skabelsen af kreative klynger i Singapore
- Design Council Singapores engagement i den internationale organisation Index

Design Singapore Council (DSC)

Design Singapore Council blev grundlagt i 2003 i forbindelse med skabelsen af tre økonomiske vækstsektorer i Singapore:

1. Uddannelse
2. Sundhedsvæsen
3. Kreativitet

DSC fungerer som det nationale agentur for design og er således en del af Ministry of Information, Communications & the Arts (MICA). DSCs formål er at gøre Singapore til en global by, hvor design og innovation driver den økonomiske vækst og forøger livskvaliteten.

DSCs strategi

DSC startede i 2004 med at promovere design.

Den første strategi arbejdede med en bred definition af design:

1. Skabelse af steder (Environmental Design, Urban Design & Landscape Design, Architecture, Interior Design). Denne gruppe stod i 2005 for 27,8 % af værditilvæksten og 39,9 % af beskæftigelsen inden for sektoren.
2. Skabelse af produkter (Industrial, Product and Fashion Design). Denne gruppe stod i 2005 for 4,1 % af værditilvæksten og 2,7 % af beskæftigelsen inden for sektoren.

3. Skabelse af Image (Advertising and Visual Communications Design). Denne gruppe stod i 2005 for 23,8 % af værditilvæksten og 26 % af beskæftigelsen inden for sektoren.
4. Software Design (inkl. Web Design). Denne gruppe stod i 2005 for 44,2 % af værditilvæksten og 31,4 % af beskæftigelsen inden for sektoren.

De økonomiske effekter i perioden var:

1. *Værditilvækst*: i 2004 bidrog designsektoren med 2,15 mia. – 1,2 % - SGD til BNP. Siden 2004 har væksten inden for design været ca. 7,5 % årligt mod en vækst i den generelle samfundsøkonomi på 5 %.
2. *Beskæftigelse*: i 2004 beskæftigede designsektoren 32.677 personer, svarende til 1,4 % af landets samlede arbejdsstyrke. I 2005 beskæftigede sektoren 33.503 – en vækst fra 2003 på 6,9 % (mod en vækst i den samlede beskæftigelse på 4,2 %).

Den første strategi havde følgende hovedspor:

1. *Design Development*, herunder med følgende programmer:
 - a. Design Kapacitet og professionel udvikling (Scholarships, praktik og mentorordninger, støtte til tværfaglige samarbejder, promovning på international platform)
 - b. DesignSingapore Studios
 - c. Priser og konkurrencer
2. *Design Promotion*, herunder med følgende fokus:
 - a. International profil for Singapores designere
 - b. Offentlig bevidsthed på design
 - c. Promovering af design i erhvervslivet, f.eks. ved at støtte partnerskaber, hvor erhvervslivet bruger design i deres forretningsstrategi.
3. *Design Culture*, herunder med følgende fokus:
 - a. Internationale relationer
 - b. Design Sektor-studier
 - c. Studieture
 - d. Forskning, herunder af bevidstheden af design, uddannelsessektoren for design, økonomiske effekter, festivalers effekt mv.
 - e. Design policy
4. *Design Futures*, herunder med fokus på forskning, markedsudvikling, IP creations, designværdier. Især inden for områderne: en bæredygtig by, den aldrende befolkning, urban mobilitet (alternativ transport) og Interactive Digital Media User Interface.
5. *Singapore Design Festival*

I DSCs anden strategi (2009-15) er fokus udvidet, herunder på designs betydning på andre sektorer. Strategien fokuserer især på design kapacitet, tilegnelsen af design i det øvrige erhvervsliv, festivaler, styrkelse af professionel position lokalt og globalt.

Strategien har 3 hovedspor:

1. Udvikling af kapaciteten for en globalt konkurrencedygtig design klynge (budget på 48 mio. SGD over 5 år), herunder med følgende programmer:
 - a. *Professional udvikling* (nye praksisser for designere, udvikling af designere, udvikling af nye talenttyper, udvikling af ledere inden for design mv.)
 - b. *Design Learning* (indføre design thinking og innovation academy allerede i en tidlig alder (f.eks. i folkeskolen).
 - c. *International markedsudvikling*
2. Gøre designvirksomheder i stand til at være løftestang for økonomisk vækst, livskvalitet og for et bæredygtigt miljø (bl.a. i byplanlægningen), herunder med følgende programmer:
 - a. *Design i klynger*
 - b. *Design for virksomheder*. F.eks. laver DSC workshops, netværk mv. mellem designere og det øvrige erhvervsliv for at sikre en bedre forståelse for design (innovation, metode mv.) i det traditionelle erhvervsliv. De har blandt andet etableret en One Stop Shop, hvor traditionelle virksomheder kan lære mere om design.
 - c. *Design for Excellence* (priser og festivaler)
3. Designkultur: Styrkelse af innovation og design IP Creation, herunder med følgende programmer:
 - a. *Design Futures* (langsigtede, globale perspektiver)
 - b. *National Design Center*

Strategiens mål i 2015 er:

1. Den direkte effekt fra designsektoren er en stigning fra 2,15 mia. SGD i 2004 til 5 mia. SGD i 2015
2. Skabelse af 14.000 flere jobs (fra 32.000 til 46.000)
3. En værditilvækst pr medarbejder på 41.000 USD (fra 68.000 til 109.000 SGD).

3. Møde med National Archives of Singapore

Mødets formål var:

- At få indsigt i det nationale arkivs digitaliseringsprojekter
- At få indsigt i arkivets arbejde med information til borgerne samt outreachprojekter



National Archives of Singapore (NAS)

National Archives som del af National Heritage Board

NAS blev oprettet i 1968 og hører i dag under The National Heritage Board fra 1993, som er en paraplyorganisation for NAS, The National Museum og Oral History Department. The National heritage Board promoverer offentlig bevidsthed om kulturarven gennem uddannelse, outreach og community programmer. De tilbyder state-of-the-art arkivalier og konserveringsservice gennem NAS, Preservation Monuments Board og Heritage Conservation Centre. Dertil kommer 7 førende museums og kulturarvs-centre. The National Heritage Boards vision er at gøre kulturarven til en berigende part af alle borgernes liv, og missionen er at fostre nationalfølelse, identitet og kreativitet gennem kulturarv og kulturudvikling.

National Archives

Nas har udviklet sig videre fra dens traditionelle rolle som arkivansvarlig for nationen og står i dag bag en række udstillinger i byen samt to centre, som fortolker 2. Verdens krig (herunder heltegerninger og ofre hos dem, som forsvarede Singapore i en krisetid). NAS arkiverer nationens kollektive erindring, som hjælper fremtidige generationer at forstå de forskellige kulturer i Singapore, deres fælles arv og hvordan de blev en fælles nation. På den måde er NAS med til at opbygge den særlige singaporeanske identitet.

NAS har ansvar at digitalisere og sikre den offentlige adgang til materialerne. NAS har dokumenter fra mange kilder, herunder Singapores egen regering, fra England (om kolonitiden), fra Indien mv. Herudover har NAS The Oral History Department, som indsamler folks erindringer. Pt. er der optaget 17.000 timers interview med mere end 300 personer.

Digitalisering

- 30 % af arkivet er digitaliseret, men det varierer inden for typen af kilder, f.eks. er alle posters digitale, men kun få af regeringens dokumenter osv.
- Digitalisering og mikrofilm på samme tid for at sikre længst mulig bevaring.
- NAS oplever færre fysiske besøg på arkivet i takt med digitaliseringen.

Et særligt målgruppefokus

- *Udlændinge:* Det er ikke kun Singapores egne borgere, forskere mv., der kan bruge arkivet. NAS forsøger at målrette information til relevante målgrupper – f.eks. englændere med interesse for historie i forskningsmæssig sammenhæng. NAS udarbejder særlige nyheder eller lignende, som sendes til relevante fora.
- *Skoler:* NAS har rejsende udstillinger til skoler og forsøger i det hele taget at have flere veje ind i skolerne. Blandt andet har de et projekt lige nu, hvor de publicerer elevers essays (udarbejdet ved at bruge arkivet) på hjemmesiden for at de kan se deres egen relevans for arkivet. Men der er endnu større potentiale.

4. Møde med virksomheden Crimson Logic

Mødets formål var:

- At få en introduktion til Crimson logic
- Fremlæggelse af erfaringer inden for digitalisering i den offentlige sektor i Singapore og andre lande ved hjælp af cases
- Diskussion af digitaliserings anvendelse af offentlige institutioner til at lette borgernes adgang hertil



Virksomhedsbesøg: Crimson Logic

Crimson Logic er et "government linked company", dvs. en virksomhed med flere offentlige parter som ejere. Crimson Logic startede i 1989 og har siden været udbyder af eGovernment-løsninger.

Eksempler på Crimson Logics digitale løsninger til det offentlige:

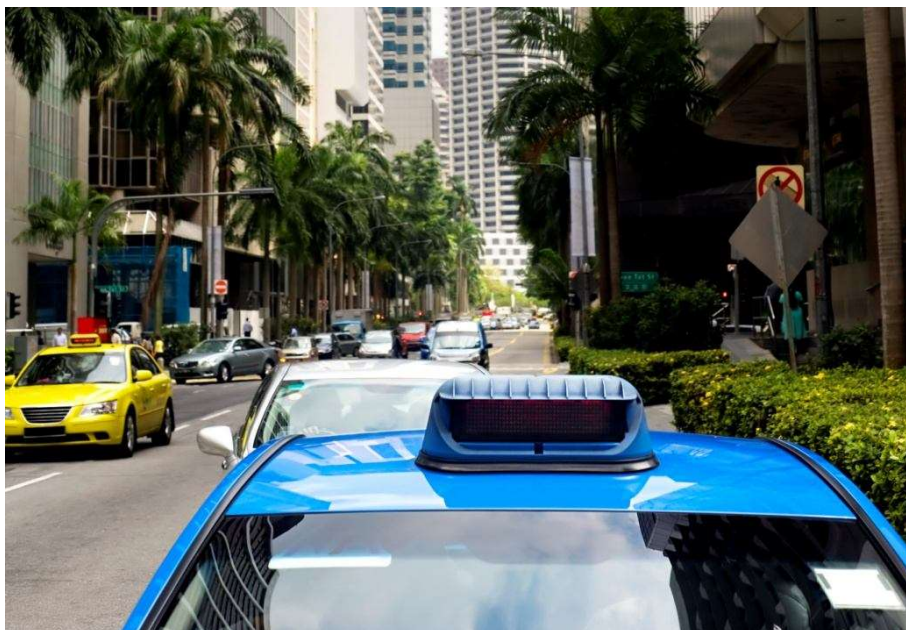
- a. Logistic – eksempelvis deres trade net – en indgang til handel/one stop shop. Kun 15 % af tilladelserne behøver menneskelig arbejdskraft, resten kan klares elektronisk.
- b. Legal (E-filing ved retssager)
- c. Government (E-government – epost, søge bolig, tinglysning mv.)
- d. Healthcare (i gang med E-journaler)

Crimson Logic udvikler ikke blot de tekniske løsninger, men arbejder også med servicemanagement, workflow og hvad der skal til for at få borgerne til at bruge de digitale løsninger.

Ifølge Crimson er det en forudsætning for at det lykkes, at virksomhederne, der bruger digitale løsninger opgiver sine platforme og etablerer en ny fælles platform.

I Singapore betaler regeringen ikke for produktudviklingen, men giver i stedet monopol til virksomheden i 5 år.

Regeringen og virksomheden indgår et ppp-partnerskab. Staten deler risikoen med virksomheden mod at få halvdelen af overskuddet tilbage.



5. Møde med Steffen Egelund, Copenhagen Goodwill Ambassador i Singapore om Copenhagen Cooking Singapore

Mødets formål var:

- At få et oplæg om arbejdet med at etablere en mindre udgave af Copenhagen Cooking i Singapore

Copenhagen Cooking Singapore

Copenhagen Cooking Singapore er en miniudgave af Copenhagen Cooking. Der arbejdes pt. på at gøre det til en streetevent, hvor en række prominente danske kokke flyves til Singapore. Den forventes at finde sted i første halvdel af 2013.

Formålet er at promovere København i Asien. For at tiltrække turister er det nødvendigt, at de kender København, hvilket ikke er tilfældet i dag.

Valget af Singapore er oplagt. Dels er det et købedygtigt publikum, dels elsker Singapores befolkning at spise og at prøve noget nyt.

Ud over at promovere København i Singapore har Copenhagen Cooking tilbudt samme service for Singapore, hvor der deltager topkokke fra Singapore ved festivalen i København til september.



6. Møde med Central Provident Fund (CPF)

Mødets formål var:

- At få en beskrivelse af CPFs Selv-service system
- At få indsigt i hvilke tanker, der er gjort i skabelsen af systemet
- At få indsigt i de årsager, der er til det præcise design af systemet
- Diskussion af generelle erfaringer med digitalisering samt potentielle faldgrupper

Central Provident Fund (CPF)

CPF blev grundlagt i 1955 med det formål at få arbejdstagerne til at spare en del af deres månedlige indkomst op i institutionen. Når arbejdstagerne gik på pension, kunne de hæve det opsparede beløb. I 1968 blev det tilladt at man brugte CPF-opsparingen til at købe bolig for. I 1984 blev Medisave indført, hvilket tillod singaporeanerne at bruge denne del af opsparingen på sundhedsydelser til dem selv eller deres nærmeste. CPF er således meget mere end et pensionsselskab, men dækker mange vigtige samfundsfunktioner i Singapore. Med det nye årtusinde har CPF skabt en interaktiv platform kaldet "My CPF", hvorfra de kan foretage CPF-relaterede transaktioner.

Fremtidens udfordring for CPF

9 % af befolkningen er over 65 år, men Singapore står overfor en stigning til 20 % af befolkningen. I dag er der 8,5 personer i den erhvervsaktive alder til at støtte en pensionist, men det i 2030 vil være nede på 3,5 personer. Fonden har til formål at sikre, at alle tidligt har en plan for en sikker pensionering, og derfor har fonden udbygget sin service til borgerne. Der er et særligt fokus på information til den unge målgruppe om langsigtet planlægning. CPF har i dag 3,4 mio. medlemmer.

Strategi

CPF har satset massivt på digitale løsninger. Transaktionerne på nettet er steget fra 60,7 % i 2003 med 13 mio. transaktioner til 97,3 % i 2011 med 52 mio. transaktioner. CPF har derudover en mobil service, hvor de har mere end 160.000 downloads og 1,2 mio. transaktioner. CPF ønsker at medlemmerne bruger de digitale løsninger. Dog fastholder de fysiske kontorer, hvor medlemmer kan få rådgivning og hjælp til at gennemføre deres transaktioner. De arbejder ud fra en tankegang, at der skal være tilbud for alle og at det er medlemmernes eget valg, hvad de ønsker at bruge, men samtidig sikrer de, at de digitale tilbud er de fysiske overlegne. Det tager kort tid og det er nemt – i modsætning til lange køer i de fysiske centre. En transaktion tager måske 4 dage online, men 3 uger med fysiske formularer. De fysiske centre er i dag reduceret fra 89 til 37. For hvert fysisk center, stilles 2-3 nye e-counters op.

Omkostningerne for en digital transaktion er i 2011 0,13 SGD mod 36,03 for en fysisk, mens det i 2003 var 0,89 SGD mod 29,65.

CPF har i de digitale løsninger målrettet deres service til brugerne i en særlig grad.

1. Interaktiv digital platform, som er tilpasset kundens "livsevent" – f.eks. "My CPF". Denne individuelle løsning blev indført i 2003 og var det, der for alvor rykkede ved brugen af de elektroniske sider. Det medførte en mere målrettet kommunikation, hvor man i stedet for at søge blandt 50 blanketter (meld flytning, søg boligsikring osv.) vil få præsenteret de mest relevante emner, som er tilpasset kunden(f.eks. ud fra oplysninger om det er en i sit første job, en der står overfor pensionering mv.). I de fysiske tilbud arbejdes i modsætning hertil ud fra "one size fits all".
2. Differentieret kommunikation, herunder sociale medier, website, call-centre, events, e-counter, e-mail mv. Al kommunikation er tilpasset de forskellige aldersgrupper.
3. Der er flere tilbud til de ældre, da de har større behov. Derfor har CPF f.eks. oprettet "Club 55" for at tilbyde særlige events, rådgivning mv.
4. Det skal være sjovt. Derfor arbejder CPF meget med interaktivitet på sitet, herunder computerspil mv.
5. Uddannelse og vejledning. Der er oprettet et særligt e-ambassadørkorps, som viser og guider it-svage til at bruge selvbetjeningen. Disse ambassadører tilbyder deres service på de fysiske kontorer og giver en-til-en vejledning.
6. Promovering. CPF afholder en række arrangementer for at promovere sig, herunder:
 - a. Roadshows, talks, arrangementer i organisationer
 - b. Udvide til andre platforme, f.eks. e-service-standere i kiosker rundt over hele Singapore
 - c. Kurser til personale
 - d. Reklamer i tog mv.

Evaluerings og forbedringer (brugerdreven innovation)

CPF evaluerer og forbedrer løbende deres service gennem: "my ideas", fokusgruppeinterview, årlige medlemsundersøgelser, hjemmesideevaluering, feed back kanaler, Singapore Quality Award Customers Committee mv.

6. Møde med National Library Board (NLB)

Mødets formål var:

- At få en diskussion af emnerne inklusion og tilgængelighed til de singaporeanske biblioteker for den generelle offentlighed
- At få indsigt i erfaringer med samarbejde mellem små og mellemstore organisationer
- At opnå viden inden for områderne Library-on-demand samt vedligeholdelse af bibliotekernes samling.



National Library Board (NLB)

NLB er en paraplyorganisation for Nationalbiblioteket, de offentlige biblioteker, Teknologi & Innovation, Corporate Development & Relations og andre.

NLB står blandt andet for at føre tilsyn med både Nationalbiblioteket samt de offentlige biblioteker. Der findes i alt 31 offentlige biblioteker. Heraf er visse biblioteker specialiserede, blandt andet i performing arts (dans, musik, film). Bibliotekerne bliver ofte placeret i de offentlige boligbebyggelser eller shopping malls.

NLBs mission er at tilbyde tilgængelige og globalt orienterede biblioteks- og informationsservice. Gennem sin innovative brug af teknologi og samarbejde med strategiske partnere, sikrer NLB, at bibliotekets brugere har adgang til et rigt udvalg af informationstjenester og ressourcer.

NLBs vision er at bringe viden til lige, herunder at skabe:

- Readers for Life
- Learning Communities
- Knowledgeable Nation

Strategi

Bibliotekerne har siden 1990'erne været regeringens prioritering. I 2000 udarbejde en Library 2000 Review Committee en rapport og masterplan for at forbedre og genopfinde Singapores biblioteksvæsen, herunder med særligt fokus på at udnytte de digitale muligheder.

Visionen er at udvide nationens læringskapacitet gennem et nationalt netværk af biblioteker og informationsressourcecentre.

Strategien indeholder følgende punkter:

1. Et tilpasset offentligt bibliotekssystem (bestående National Bibliotek, offentlige biblioteker samt specialiserede biblioteker)
2. Et netværk af grænseløse biblioteker (digitale services)
3. En koordineret national samlings strategi
4. Bedre service
5. Inddragelse af erhvervsliv og lokalsamfundet i udvikling af bibliotekerne
6. Global vidensudveksling

Med den nye strategi ønskede regeringen desuden at ændre befolkningens perspektiv på læring. Udgangspunktet er, at læring ikke er forbrug, men er associeret til fordele: for at opnå ny viden, skal man udvikle nye perspektiver og "mindsets", som kan bruges i andre aktiviteter. Udvikling af bibliotekssektoren og læring er en investering og tjener til opbygning af nationen.

Tal fra bibliotekerne

Bibliotekerne havde i 2007 tilsammen ca. 28 mio. udlån samt ca. 38 mio. besøg og ca. 2 mio. brugere. Dertil kom ca. 7 mio. elektroniske login samt ca. 72 mio. elektroniske hentninger fra NLB.



7. Møde med Urban Redevelopment Authority (URA) samt Centre for Liveable Cities (CLC)

Mødets formål var:

- Introduktion og diskussion af den overordnede byplanlægning i planstrategierne, herunder planlægning på tværs af den private og offentlige sektor.
- Fremlæggelse af potentialer og udfordringer, som man oplever i Singapore inden for emnerne byplanlægning, bæredygtighed og økologi.
- CLCs erfaringer med integreret byplanlægning i Singapore



Urban Redevelopment Authority (URA)

Singapores areal er 700 km² – kun 100 km² større end Bornholm. Singapore har ca. 5 mio. indbyggere og en befolkningstæthed på 6800 mennesker pr. Km², hvor Danmark har 125. Alligevel er Singapore en grøn by og en by, som ikke føles klaustrofobisk. Dette er et resultat af en omfattende planlægning med klare mål og prioriteter.

URA

Fra 1971 har Singapore forsøgt at planlægge byens udvikling. En rolle der i dag varetages af URA, som er Singapores nationale planlægnings- og bevaringsmyndighed.

Singapore stod for ca. 40 år siden overfor problemer med overbefolkning i en by med dårlige leveforhold og mangel på infrastruktur. I dag er Singapore en by med høj levestandard og et internationalt "business hub" i grønne og rene omgivelser. URA arbejder på at skabe en levende og bæredygtig by ved at planlægge Singapores fysiske udvikling i samarbejde med lokalsamfundet. Missionen er at gøre Singapore til en god by at leve, arbejde og lege i.

URA arbejder med en langsigtet strategisk planlægning gennem Konceptplanen og Masterplanen. Deres planer fokuserer på at opnå en balance mellem økonomisk vækst og livskvalitet.

Ud over planlægningsfunktionen står URA for salg af det offentlige grunde. Gennem salget tiltrækker de privat kapital for at udvikle områder, der skal understøtte den økonomiske og sociale udvikling. Som eksempel er URA udviklings-agency for Marina Bay – den nye byudvidelse mod havet.

Historik i Singapores udvikling:

Ved Singapores oprettelse som selvstændig republik i 1965 stod nationen overfor to væsentlige udfordringer: arbejdsløshed og mangel på offentlige boliger. For at imødekomme disse udfordringer etableredes et industrialiseringsprogram samt et boligprogram (etablering af offentlige boliger). I 1971 udarbejdes den første konceptplan – ”Ring Concept Plan” – der forestillede en ring af nye satellit-byer af høj tæthed rundt om de centrale vandressource-områder. Hver by var adskilt af grønne områder, parksystemer og åbne rum samt med forslag om et MRT-system til at forbinde centrene.

I 1967 blev The Urban Renewal Department (URD) etableret i 1967 under The Housing and Development Board (HDB) som en afdeling for den fysiske, sociale og økonomiske udvikling af det centrale område. URD blev transformeret til URA i 1974 under Ministeriet for National Development med det formål at udvikle centralområdet samt genhuse de mennesker, der blev berørt af de nye planer for området. I processen (1967 – 1989) blev Singapores centralområde transformeret fra at være et område med slum til et moderne finansielt og erhvervsmæssigt hub. I 1989 blev visse områder i det centrale Singapore fredet (Chinatown, Little India, Kampong Glam, Singapore River).

Den nye konceptplan 2001

I 2001 udviklede URA en ny Konceptplan, som sætter visionen for de næste 40-50 år baseret på en befolkning på 6,5 mio. mennesker.

Planen revideres hvert tiende år. Planen fokuserer på:

- Bygge flere nye boliger i etablerede områder, inkl. i det centrale Singapore (med 90.000 nye boliger).
- Introducere mere ”High-rise city living”
- Etablere flere områder for rekreation (målet er en fordobling af det nuværende areal samt en større tilgængelighed mellem de eksisterende grønne områder bl.a. ved at linke dem til hinanden)
- Tillade større fleksibilitet for erhvervslivet
- Et globalt business center
- Udvide transport-netværk

- Identitet, herunder bevaring af etniske områder som Chinatown, Little India, Kampong Glam mv.

Bevaring af offentligt rum, grønne områder og et bæredygtigt miljø

URA ønsker at skabe gode offentlige rum. Dette har Singapore blandt andet gjort ved at kræve, at der er offentligt tilgængelighed i bygninger. Et eksempel er Marina Bay Sands, hvor staten har sat som krav, at skyparken blev offentlig. Når URA sælger land, kan de f.eks. stille krav om, at der udlægges 25 % af arealet til åbent, offentligt rum eller faciliteter.

Siden 1960'erne har der været et fokus på at bevare de grønne arealer. Når staten bygger veje, plantede de træer langs vejen. Når der bygges nye bygninger, kan staten stille krav om, at de grønne arealer, der ødelægges ved byggeprocessen, reetableres. Det kan være reetablering på jorden, men det kan også være ved at etablere grønne terrasser eller tagterrasser – dvs. det er en fleksibel reetablering. Derudover opfordrer de til at husene generelt udstyres med grønt – hængende haver på midten eller grønt på altaner eller taget osv.

Brugerinddragelse

Ved udarbejdelse af nye masterplaner, forsøger URA at skabe kontakt til borgerne på et tidligt tidspunkt. F.eks. ved at invitere dem ind i processen via udstillinger, idekonkurrencer mv. Brugere er inddraget fra konceptplan til masterplan. URA oplever stigende krav fra Singapores borgere.



Centre for Liveable Cities (CLC)

CLC blev etableret i 2008 som en slags tænketank af Ministeriet for National Udvikling samt Ministeriet for Miljøet og Vandressourcer i Singapore. Centret samler ekspertise indenfor bæredygtig byplanlægning på tværs af den offentlige og private sektor. Sigtet med denne ekspertise er at udvikle erfaringer fra Singapore inden for områder som god regeringsførelse, integreret byplanlægning, effektiv ressourcestyling, prismæssigt overkommelige boliger, effektiv transportledelse samt miljømæssig bæredygtighed.

CLC har i alt 60 afdelinger, der arbejder ud fra forskellige vinkler (vand, bæredygtighed mv.).

CLCs arbejde består primært af:

1. *Forskning og policy*. Halvdelen af verdens befolkning lever i byer. Fokus er derfor den stigende urbanisering som trend og udfordring for det 21. Århundrede. Emnet er mange-facetteret og har økonomiske, miljømæssige og sociale dimensioner. Nye byer udvikles som en vej til økonomisk vækst og konkurrencedygtighed. CLC forsker i urbaniseringen. De tror ikke på den simple løsning, men at urbaniseringen kan ske på en positiv måde ved hjælp af god regeringsstyring, planlægning og tilpasning. CLC arbejder med forskning i samarbejde med lokale og udenlandske institutioner. Pt. har CLC følgende forskningsprojekter: casestudier af Singapores udvikling de sidste 50 år samt identificering af de næste 50 års udfordringer; Oral history (interviews med Singapores urbane pionerer); CLC Framework – et studie, som kan fungere som måleredskab på Singapores og andres performance.
2. Træning/kompetenceudvikling, herunder af offentlige ledere og politikere med ansvar for byudvikling
3. Publikationer, herunder nyhedsbreve, Asian Green City Index mv.
4. Events, herunder
 - a. CLC Lecture Series – vidensdeling samt platform for ledere og eksperter i byplanlægning.
 - b. World Cities Summit – en global platform af statslige ledere, eksperter, som sammen adresserer udfordringerne i forhold til at skabe bæredygtige og "liveable" byer.
 - c. World Cities Summit Mayors Forum

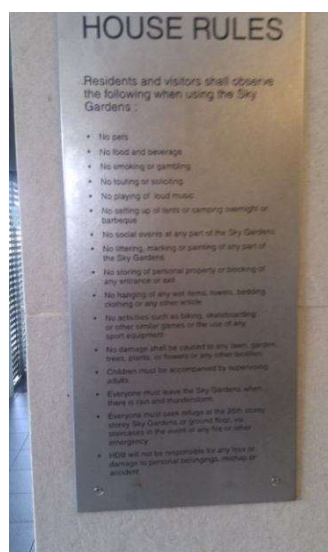


8. Øvrige besøg

Ud over ovennævnte møder besøgte Kultur- og Fritidsudvalget følgende institutioner og kulturattraktioner:

Besøg i boligsocialt byggeri

Eksempel på boligbygger med offentligt tilgængelige friarealer på toppen af bygningens 50 etager samt med etablering af 800 meter lang løberute på 26. etage for husets beboere.



Besøg på Den Danske Ambassade

Oplæg om Singapores politiske system og historie

Middag i Ambassadørboligen

Besøg i den danske sømandskirke

Den danske Sømandskirke har udviklet sig til at være et kulturelt samlingspunkt for de ca. 1400 fastboende danskere samt andre skandinaver, som er i Singapore primært pga. handel.

East Coast

Offentligt rekreativt areal til rulleskøjter, vandski mv.

Night ZOO

Singapore har en ud af verdens to eneste nat-zoologiske haver.

Eksempel på udnyttelse af klimaet til at skabe alternative oplevelser.

Chinatown og Little India

Eksempel på Singapores bevaring af kulturarven. Områderne er renoveret og er nogle af eneste områder, som viser Singapores oprindelige byggeri



Marina Bay Sand

Marina Bay Sand er hotel og kultur i et. Der afholdes koncerter, misicals, der er et kunstmuseum og et kasino.

På toppen findes en offentligt tilgængelig skypark på størrelse med tre fodboldbaner.

Clarke Quay

Eksempel på et forlystelsesområde ved havnen

Raffles Hotel

Det legendariske hotel, opkaldt efter englænderen Stamford Raffles, som lagde grunden til det Singapore, der er i dag.

Regnskab

Fly	108.269 kr.
Hotel	101.192 kr.
Afbestillingsforsikring	6.281 kr.
Forplejning	27.106 kr.
Lokal transport	10.520 kr.
Diverse entré og internetadgang	2.667 kr.
Bytur incl. frokost	7.125 kr.
Gaver	2.425 kr.
Vaccinationer	1.361,50 kr.
Diæt	1.118,54 kr.
Udgift til ambassaden for planlægning af besøget	71.370 kr.
Ialt	339.435 kr.

