

PRESENTAZIONE DI ARES KALANDIDES

AL FORUM:

“LIGURIA 2022”

Genova, Palazzo Ducale
23 maggio 2017

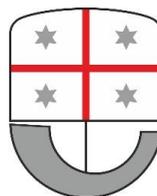
Working paper, maggio 2017.

Per gentile concessione dell’Autore.

Per il quarto anno consecutivo, The European House - Ambrosetti è stata nominata - nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1°Think Tank in Italia, tra i primi 10 in Europa e nei primi 100 indipendenti su 6.846 a livello globale nell'edizione 2016 del Global Go To Think Tank Index Report dell'Università della Pennsylvania.

Il presente documento è riservato agli utenti dei servizi di aggiornamento di The European House-Ambrosetti. L’uso è personale e non è cedibile. È fatto divieto assoluto di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico o utilizzare in qualsiasi forma e modo, commerciale o meno, il presente documento, senza il consenso scritto di The European House-Ambrosetti. Maggiori informazioni sui termini e sulle condizioni di utilizzazione sono disponibili su www.ambrosetti.eu.

Copyright assolto.



REGIONE LIGURIA

Place Identity: a Berlin narrative

Prof Ares Kalandides, Managing Director, Inpolis Urbanism

LIGURIA 2022, Genova 23th May 2017

kalandides@inpolis-urbanism.de

What is Berlin?









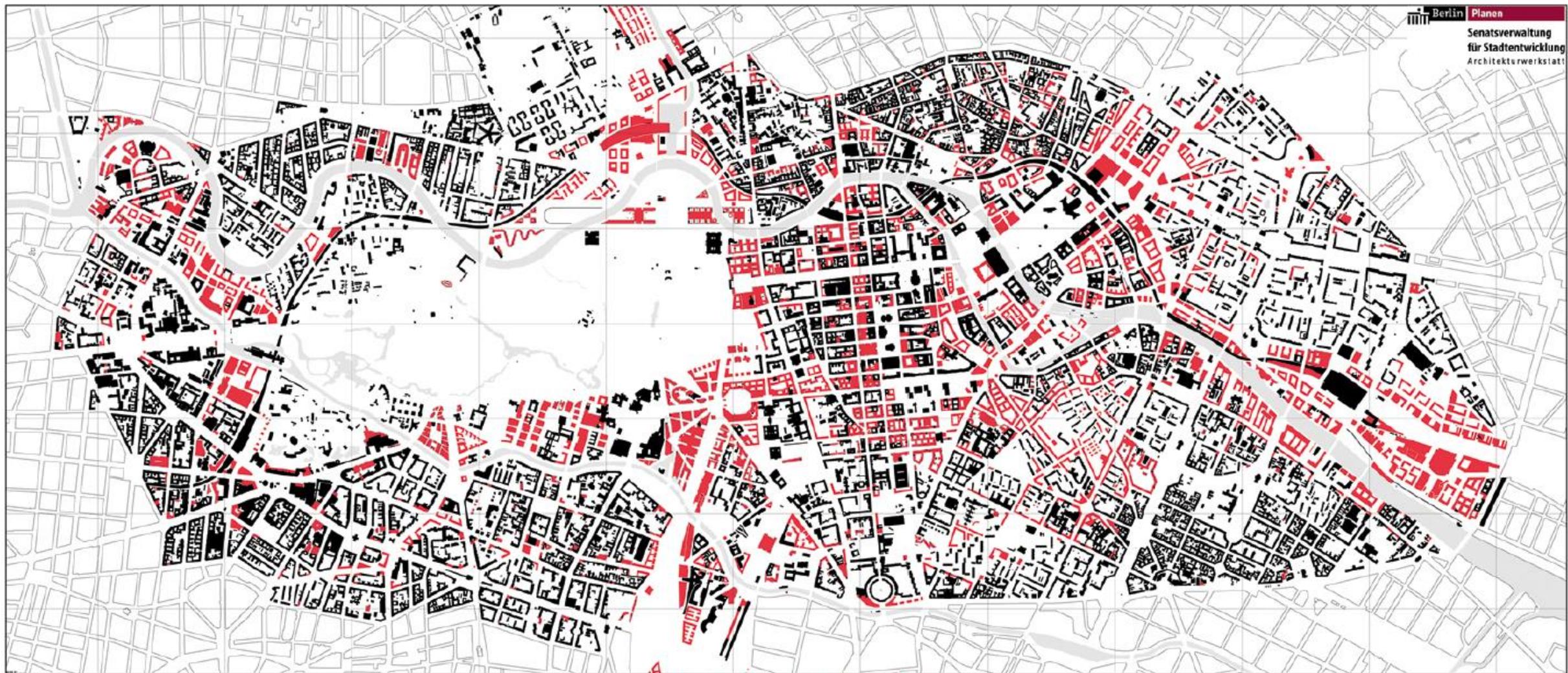








The first (short) decade: 1990-1999



NEUE GEBÄUDE 1989 BIS 2010
AUF DER GRUNDLAGE DES SCHWARZPLANS 2010 M 1 : 35000

Friedrichstrasse







The new capital: Spreebogen







Central train station



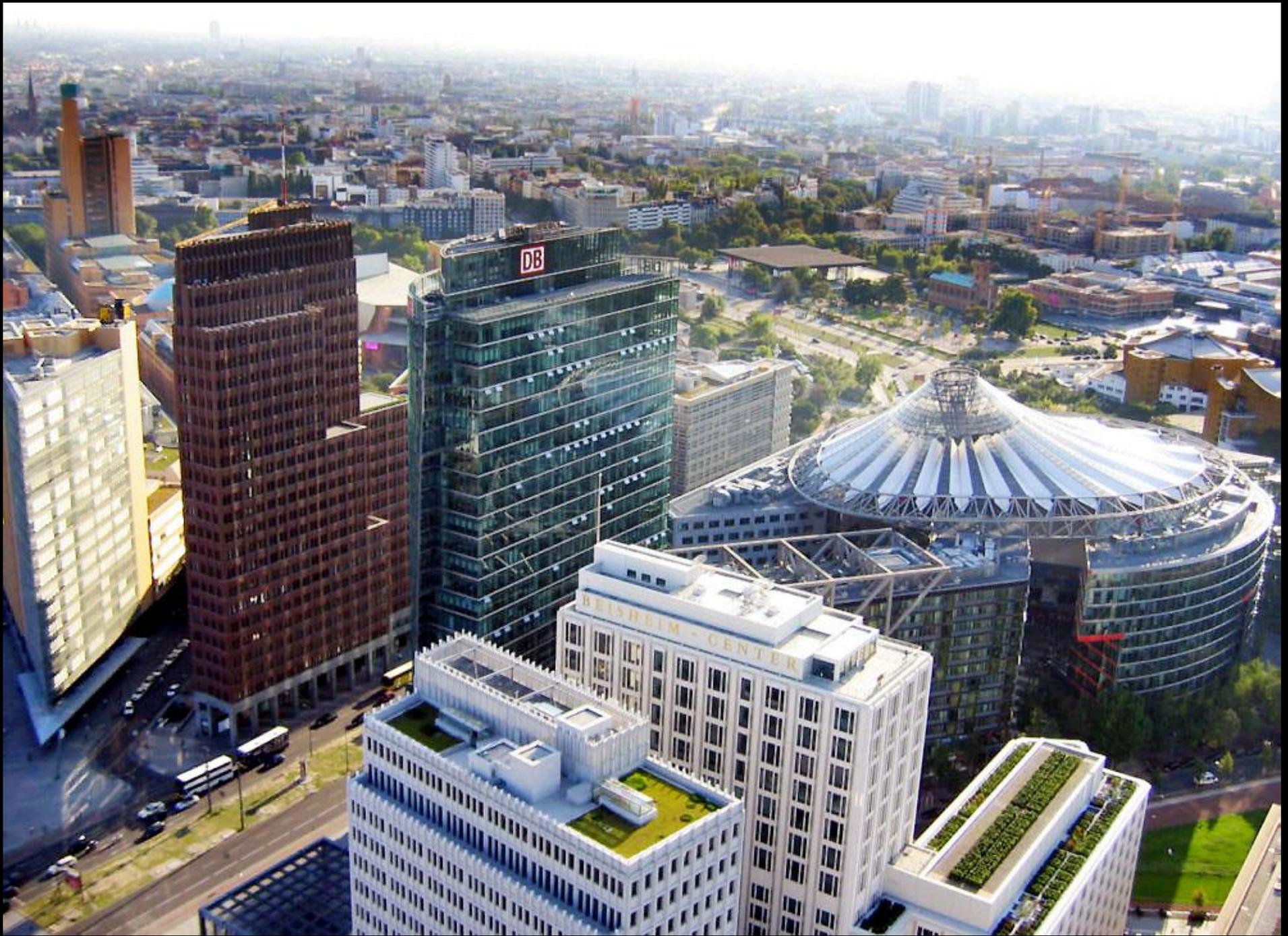


Pariser Platz





Potsdamer & Leipziger Platz





Berlin Alexanderplatz







Spreeseinsel





Urban Renewal





DAS NEUE  Berlin

The new century: 2001-2011



unbewohnte Fläche
 • kreative Unternehmen (6775)

**Dichte der Unternehmen pro LOR
 (Anzahl der LOR in der Dichteklasse)**

- 0 (62)
- 1 - 2 (98)
- 3 - 5 (93)
- 6 - 15 (96)
- 16 - 85 (83)
- 86 - 460 (15)

Der weiße Ring ist der S-Bahnring.

Herausgeber:



Institut für Stadtentwicklung
 Abteilung I - Stadt- und Freizeitsplanung
 Referat I.6 - Stadtentwicklung

Bearbeitung:



Institut für Stadt- und Regionalplanung
 Fachgebiet für Stadt- und Regionalökonomie
 Anja Bauder | Ricarda Pätzold | Anja Zahn

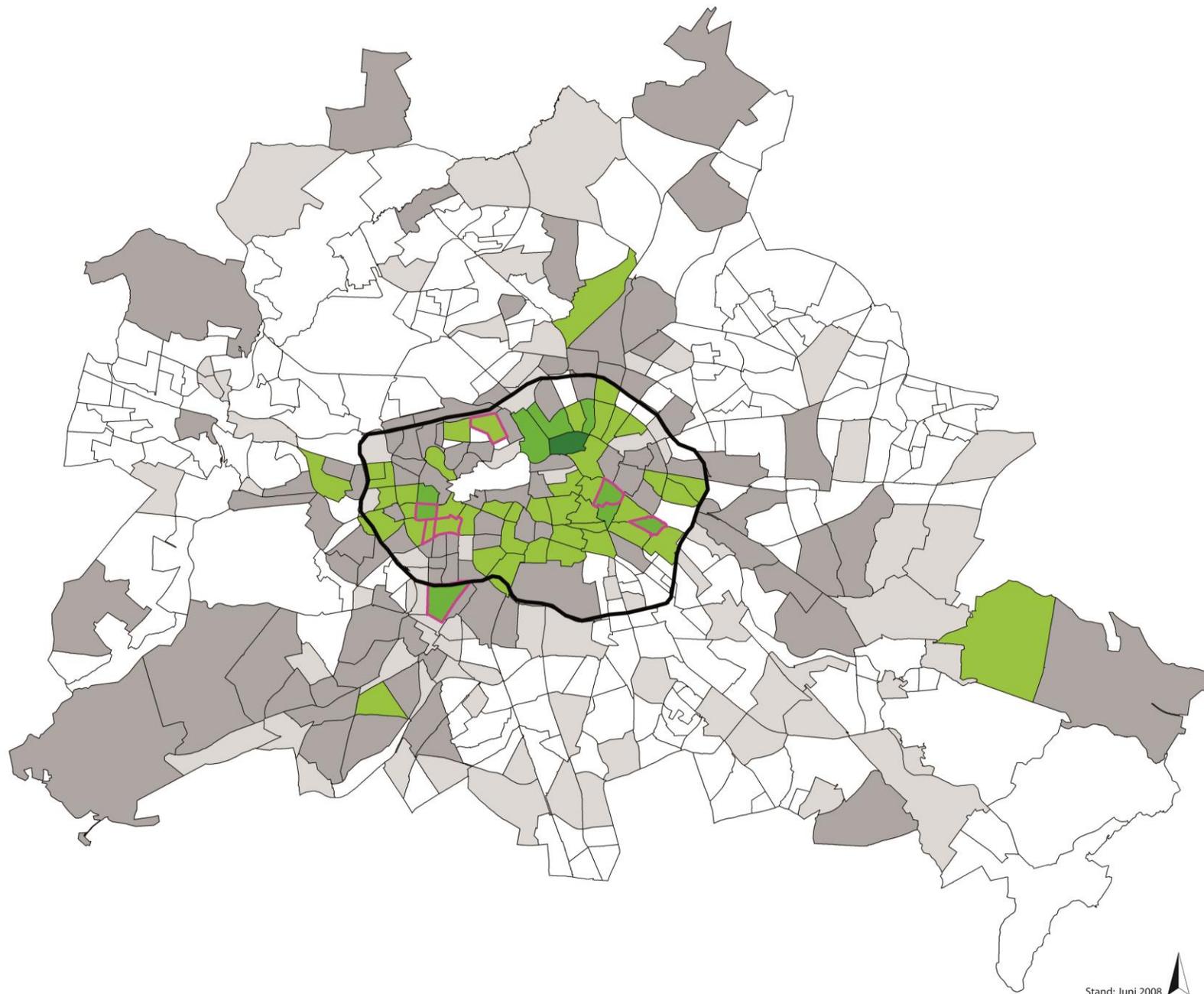
Datenquelle:

IKK-Unternehmensdatenbank
 und eigene Recherchen (Stand: März 2008)

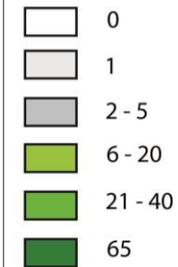
Kartengrundlage:

SenStadt Abteilung I 8 F 3
 Koordinatensystem: SÄBner-Berlin

Stand: Juni 2008



Anzahl der **Architekturbüros**
(1.220) pro LOR



hohe relative Dichte

- Wrangelkiez
- Ludwigkirchplatz
- Heine-Viertel Ost
- Friedenau
- George-Grosz-Platz
- Stephankiez
- Schaperstraße

Herausgeber:

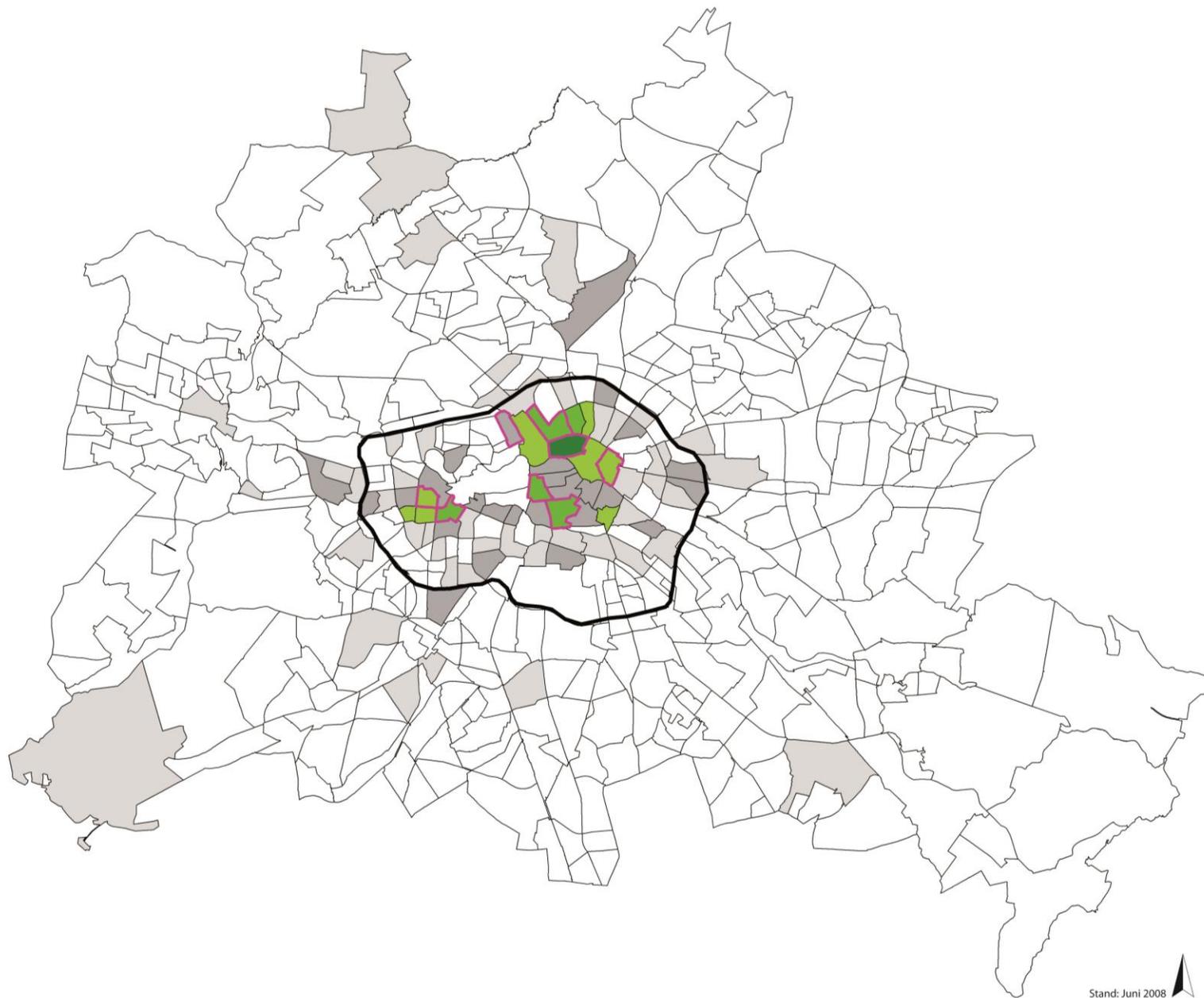
 Senatsverwaltung
 für Stadtentwicklung
 Abteilung I - Stadt- und Freiraumplanung
 Referat I A - Stadtentwicklungsplanung

Bearbeitung:

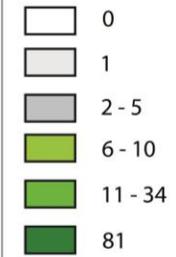
 Institut für Stadt- und Regionalplanung
 Fachgebiet für Stadt- und Regionalökonomie
 Anja Besecke | Ricarda Pätzold | Anja Zahn

Datenquelle:
 IHK-Unternehmensdatenbank und eigene Recherchen
 (Stand: März 2008)

Quelle der Kartengrundlage: SenStadt Abteilung III F 3
 Koordinatensystem: Söldner-Berlin



Anzahl der Unternehmen des
Kunstmarktes/Galerien
(363) pro LOR



hohe relative Dichte

Oranienburger Str.
Invalidenstr.
Mehringplatz
Wilhelmstr.
Breitscheidplatz
Karl-Marx-Allee
Heidestr.
Savignyplatz

Herausgeber:



Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung
Abteilung I - Stadt- und Freiraumplanung
Referat I A - Stadtentwicklungsplanung

Bearbeitung:



Institut für Stadt- und Regionalplanung
Fachgebiet für Stadt- und Regionalökonomie
Anja Besecke | Ricarda Pätzold | Anja Zahn

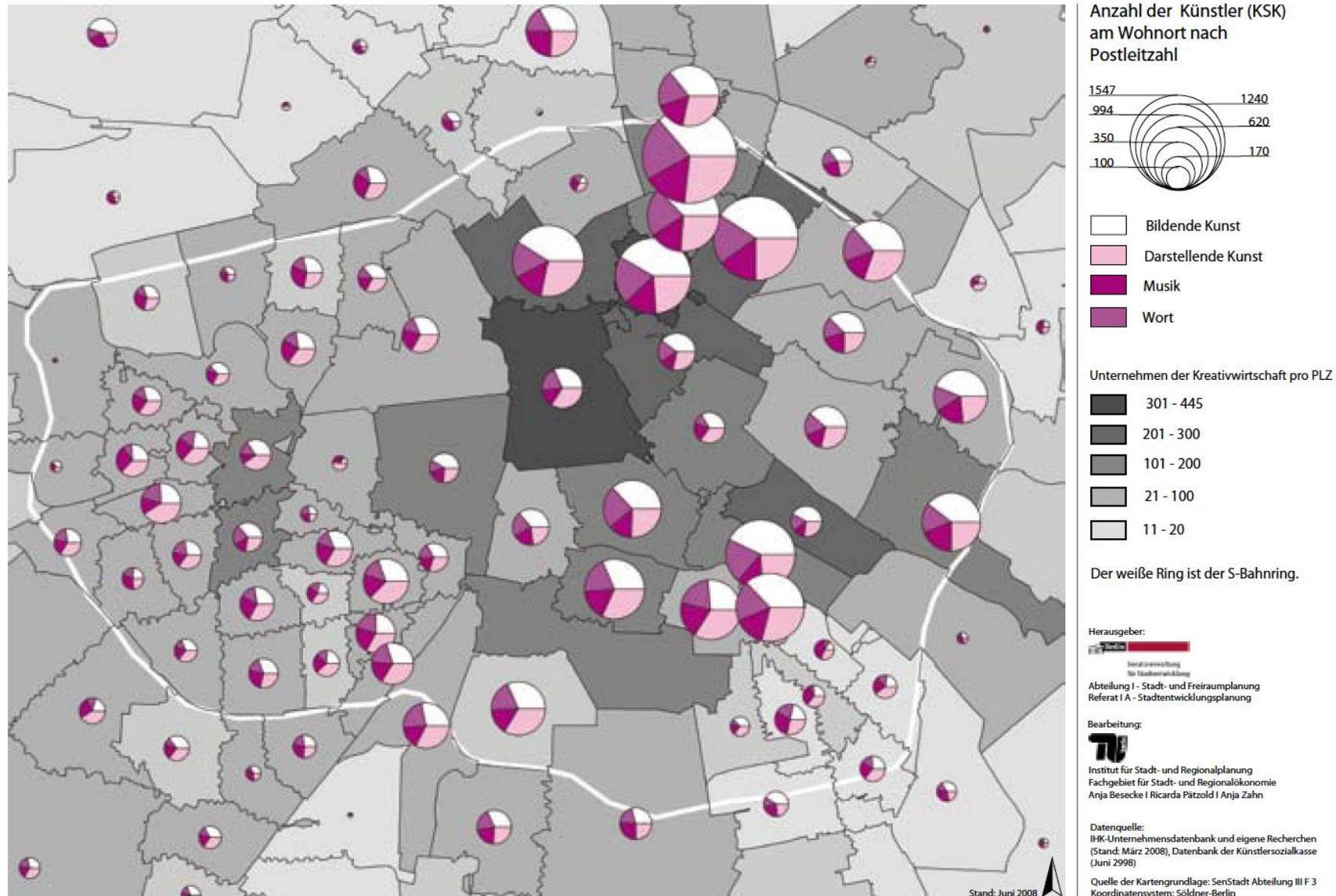
Datenquelle:
IHK-Unternehmensdatenbank und eigene Recherchen
(Stand: März 2008)

Quelle der Kartengrundlage: SenStadt Abteilung III F 3
Koordinatensystem: Söldner-Berlin

Stand: Juni 2008



Abb. 14: Wohnstandorte der Künstler und Künstlerinnen nach Postleitzahlbezirken



22 Der Erfolg oder die Nachhaltigkeit dieser Strategie ist in den einzelnen Quartieren sehr verschieden: z. B. im Wrangelkiez wurden im Jahr 2002 Läden für Zwischennutzungen an Künstler/innen vergeben, heute ist das Quartier unter den Top-15. Im Urban II Gebiet in Lichtenberg verpufften die Effekte nach Auslaufen des Projektes fast vollständig.











BETAHAUS

Café

WIRELESS

NETWORK: BETAHAUS
PASSWORD: betahaus09!



OPENING HOURS
MONDAY - FRIDAY

9 18

UPSTAIRS ORDERS

11⁰⁰ / 16⁰⁰

don't forget me!



- Americano 1,80
- Espresso 1,80
- Doppio 2,00
- Flat White 2,00
- Cappuccino 2,00
- Latte Macchiato 2,30
- Hot Chocolate 2,30
- Kusmi Tea 1,60
- Fresh Tea 2,00
Mint, Ginger, Lemon
- Iced Coffee 2,00
+ soy 2,20

- Grilled Sandwich 2,80
- Chicken Mango on Rye 2,30
- Bagel with Lachs 3,20
- Schnitzelburger 3,40

- Müsli with Milk plus Fruit 2,30
- Crossant (plain) 2,80
- with Chocolate 1,00
- French Breakfast 1,20
- Coffee + Croissant + Jam 3,50

- Sweets 1,50
- Homemade Cakes 1,50

- Soft Drink 2,00
- Softschorle 4,50
- Bionade 4,50
- Frite Limo, Cola 1,90
- Club Mate 2,20

DAILY SPECIALS

Heute

- Brokkoli-Suppe - 3.80
- Borschtsch - 4.20
"Ukrainischer" Eintopf mit
rote Beete, rafffleisch und knaut
- Schoko-kokosnuss Kuchlein - 2.50
- Zimt-Ravenn Kuchlein - 2.50

UPCOMING EVENTS

29.11 For...

WINTER SPECIAL

~ FLAVOURED HOT CHOCOLATE ~
€2,30
- BIRD'S EYE CHILI
- CASHWEN CARAMEL
- DOURBUN VANIL
- HINNY MO...

rezeption





Top-15 LOR

- 86 - 460 (15)
- Unternehmen

Kreative Ballungsräume und mögliche Entwicklungskorridore

- 1** „Etablierte Vielfalt“ Gründerzeitquartiere in Mitte und Prenzlauer Berg
- 1a** Neuer Glanz durch neue Nutzer?
- 2** „Im Um- und Aufbruch“ Quartiere in Mitte und Kreuzberg
- 3** Der „alte“ Westen

Herausgeber:



Senatsverwaltung für Stadtentwicklung
Abteilung I - Stadt- und Freiraumplanung
Referat I A - Stadtentwicklungsplanung

Bearbeitung:



Institut für Stadt- und Regionalplanung
Fachgebiet für Stadt- und Regionalökonomie
Anja Besecke | Ricarda Pätzold | Anja Zahn

Datenquelle:
IHK-Unternehmensdatenbank
und eigene Recherchen (Stand: März 2008)

Kartengrundlage:
SenStadt Abteilung III F 3
Koordinatensystem: Söldner-Berlin

Stand: Juni 2008

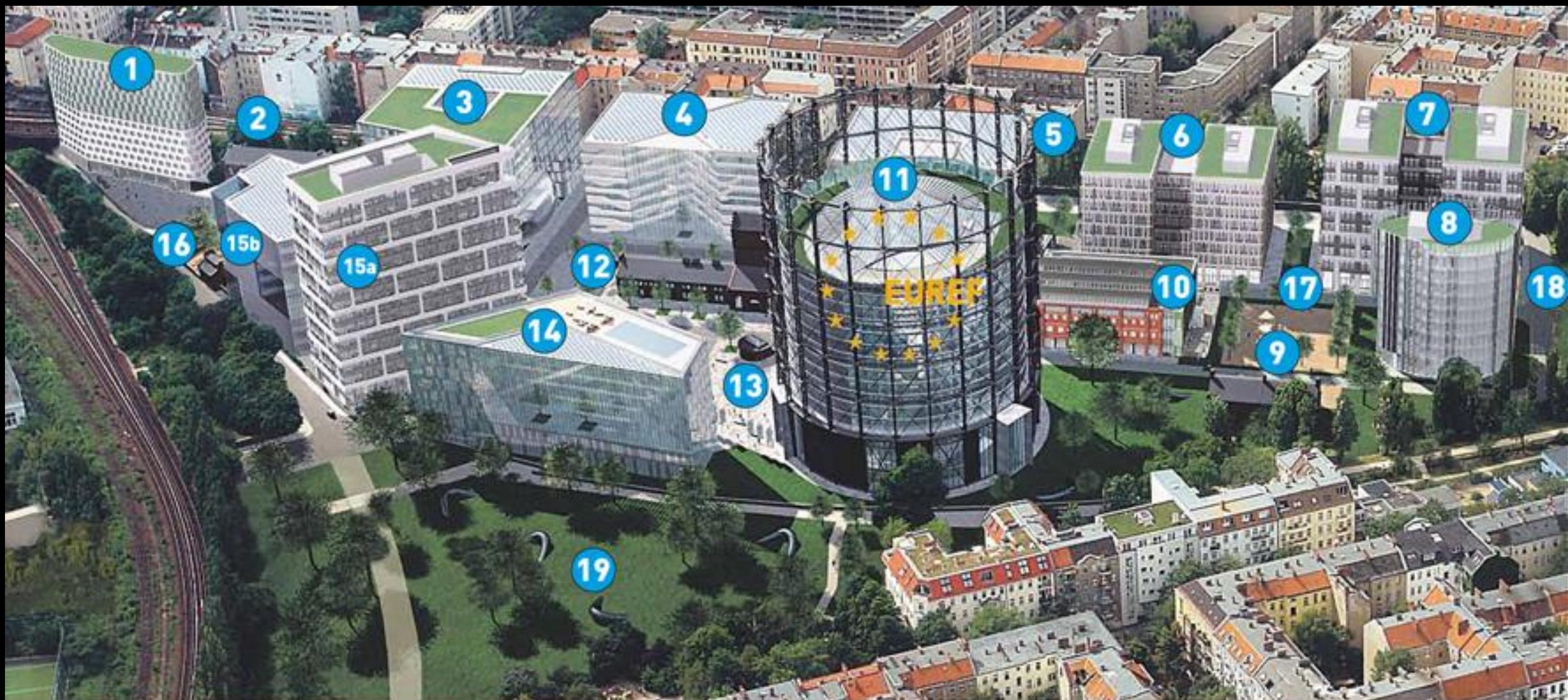




**CREATIVE
CITY
BERLIN**

**SEARCH
FIND
PRESENT
CONNECT**

After 2011



- 1 Haus 1 2 Magazingebäude 3 Science Center 4 Haus 4 5 Haus 5 6 Haus 6 7 Haus 7 8 Haus 8 9 Schmiede 10 Messelbau 11 Gasometer 12 Wasserturm
13 Schleusenhaus 14 Haus 14 15a Haus 15a 15b Haus 15b 16 Reglerhaus 17 Ladestation für Elektrofahrzeuge 18 Öffentliche Parkanlage an der Nordspitze 19 Cheruskerpark,



SMART CITY



Smarter Cities: Turning Big Data Into Insight

City Planning and Operations

\$1 Trillion

global annual savings could be attained by optimizing public infrastructure.

Source: McKinsey

\$57 Trillion

in infrastructure investments will be needed between 2013-2030.

Source: McKinsey

Transportation Analytics

50 Hours

of traffic delays per year are incurred, on average, by travelers.

30 Billion

people all over the world travel approximately 30 billion miles per year. By 2050, that figure will grow to over 150 billion miles.

Cloud is driving cities in their digital transformation.

Water Management

60%

of water allocated for domestic human use goes to urban cities.

\$14 Billion

in potable water is lost every year because of leaks, theft and unbilled usage.

Source: World Bank

Open Cloud

\$6 Billion

has been invested by IBM in more than a dozen acquisitions to accelerate its cloud initiatives.

37,000

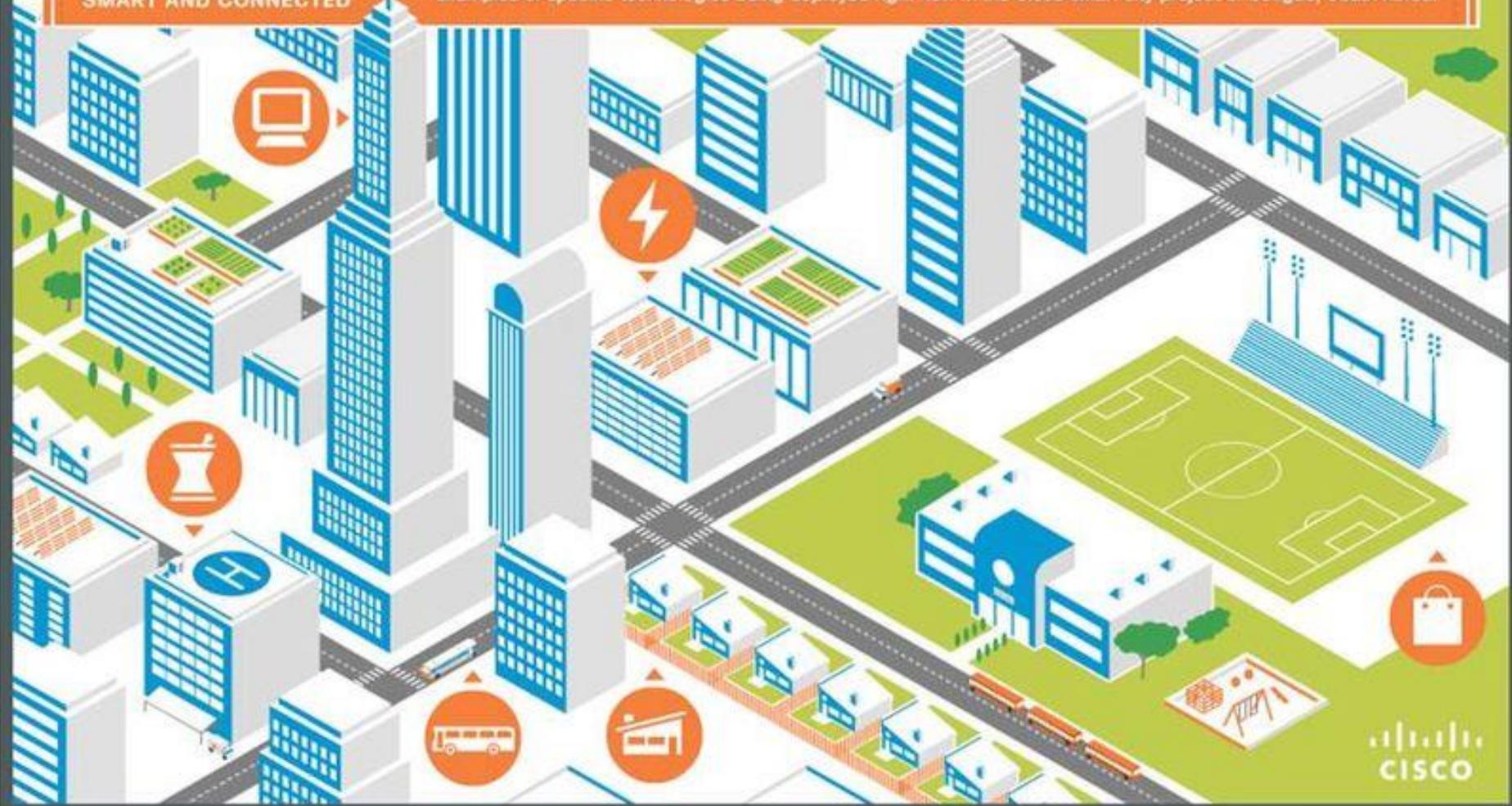
cloud experts support IBM's industry team alone.

IBM Intelligent Operations software is designed with cities, for cities, to provide the tools to monitor, visualize and analyze vital city services such as water and wastewater systems, transportation, infrastructure planning, permit management and emergency response.



THE CITY OF THE FUTURE: SMART AND CONNECTED

According to ABI Research, \$39.5 billion is projected to be spent on smart city technologies in 2016. From public transportation to shopping, the city of the future has the potential to significantly transform urban living—and might be closer than we think. This interactive not only explores technologies down the road, but also offers a few examples of specific technologies being deployed right now in the Cisco smart city project of Songdo, South Korea.

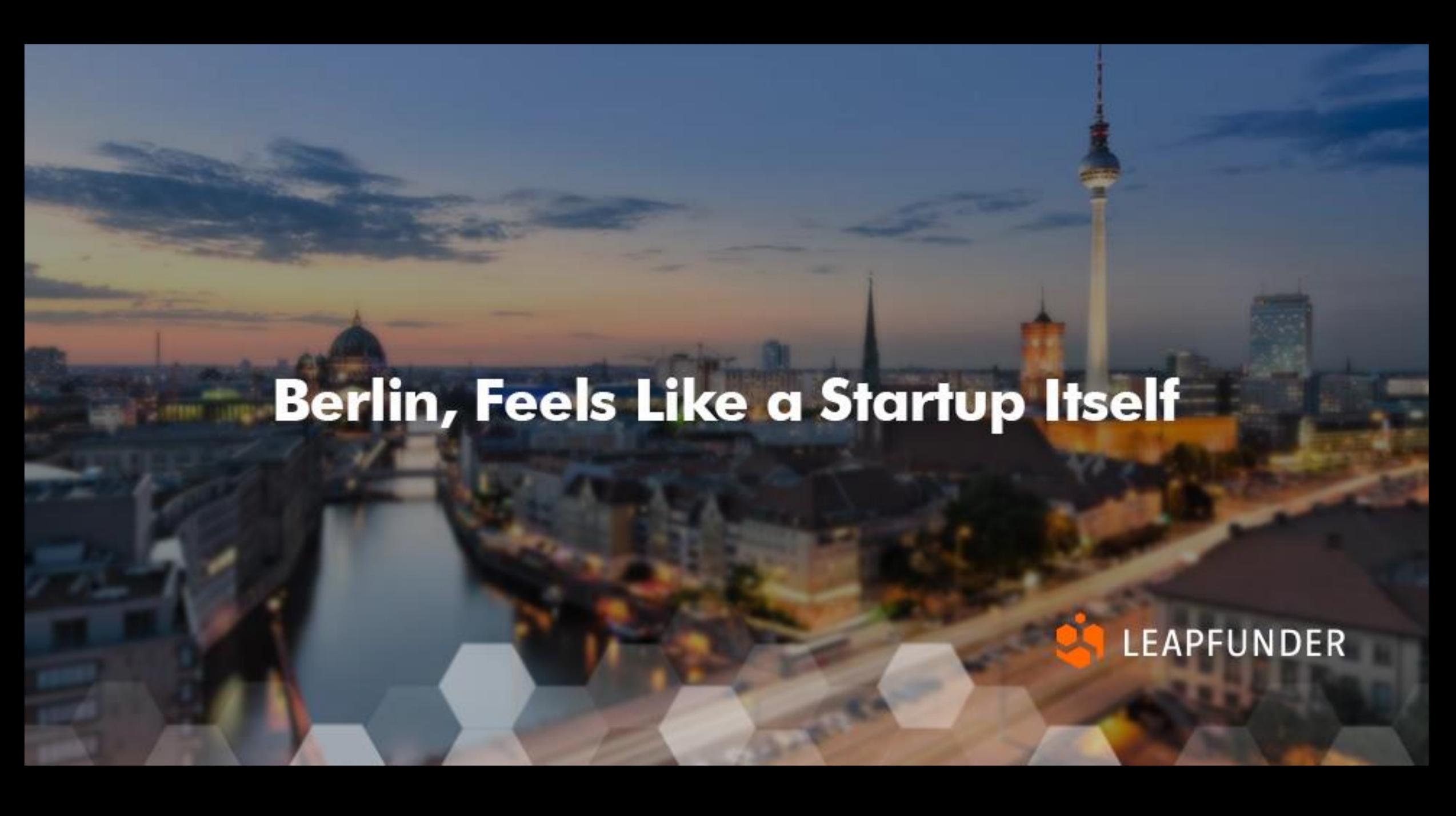


Smart City Berlin

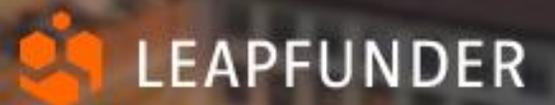
Hier entsteht Zukunft.



Where now, Berlin?

An aerial view of Berlin, Germany, at dusk. The city is illuminated with warm lights, and the sky is a mix of blue and orange. The TV Tower (Fernsehturm) is prominent on the right side. The Spree river is visible in the foreground, with the Reichstag building's glass dome on the left. The text "Berlin, Feels Like a Startup Itself" is overlaid in the center.

Berlin, Feels Like a Startup Itself





STARTUP SAFARI BERLIN 2015

ATTEND

SUBMIT OFFICE

Coming back on the **28th - 30th of January 2015**

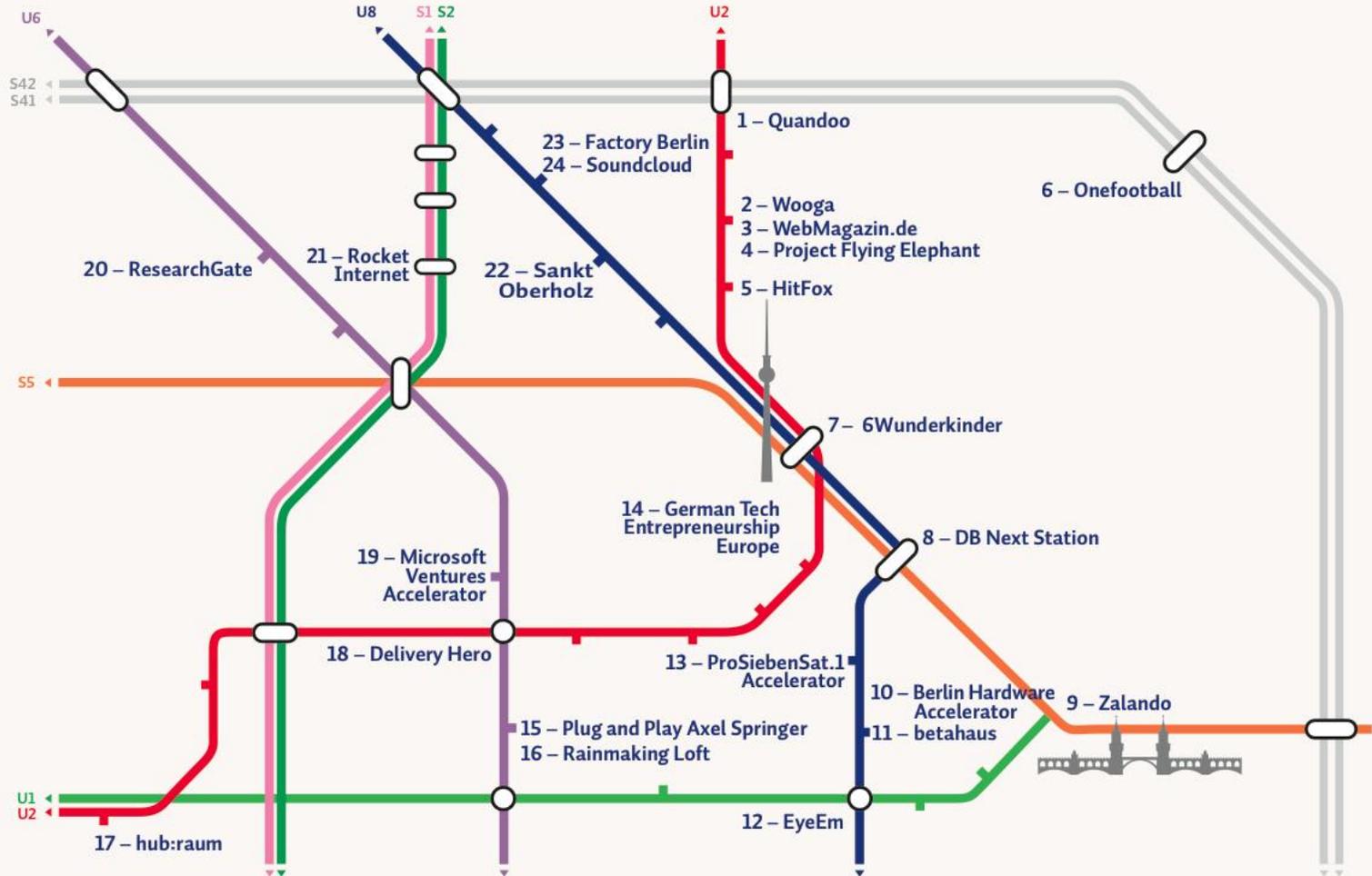
Days of open doors for the startup ecosystem

Visit offices of startups, VCs, accelerators and coworking spaces



SCROLL
DOWN

Startup Hotspots Berlin 2015



- 1 – **Quandoo**
Sonnenburger Straße 73
- 2 – **Wooga**
Saarbrücker Straße 38
- 3 – **WebMagazin.de**
Saarbrückerstraße 36
- 4 – **Project Flying Elephant**
Saarbrückerstraße 36
- 5 – **HitFox**
Rosa-Luxemburg-Straße 2
- 6 – **Onefootball**
Greifswalder Straße 212
- 7 – **6Wunderkinder**
Karl-Liebknecht-Straße 32
- 8 – **DB Next Station**
S-Bahn-Bogen/Jannowitzbrücke
- 9 – **Zalando**
Tamara-Danz-Str. 1
- 10 – **Berlin Hardware Accelerator**
Prinzessinnenstraße 19/20
- 11 – **betahaus**
Prinzessinnenstraße 19/20
- 12 – **EyeEm**
Kohlfurter Strasse 41/43

13 – **ProSiebenSat.1 Accelerator**
Rungestraße 22 – 24

14 – **German Tech Entrepreneurship Europe**
Schlossplatz 1

15 – **Plug and Play Axel Springer**
Markgrafenstraße 14

16 – **Rainmaking Loft**
Charlottenstraße 2

17 – **hub:raum**
Winterfeldstraße 21

18 – **Delivery Hero**
Mohrenstraße 60

19 – **Microsoft Ventures Accelerator**
Unter den Linden 17

20 – **ResearchGate**
Invalidenstraße 115

21 – **Rocket Internet**
Johannisstraße 20

22 – **Sankt Oberholz**
Rosenthaler Straße 72A

23 – **Factory Berlin**
Rheinsberger Straße 76/77

24 – **Soundcloud**
Rheinsberger Straße 76/77

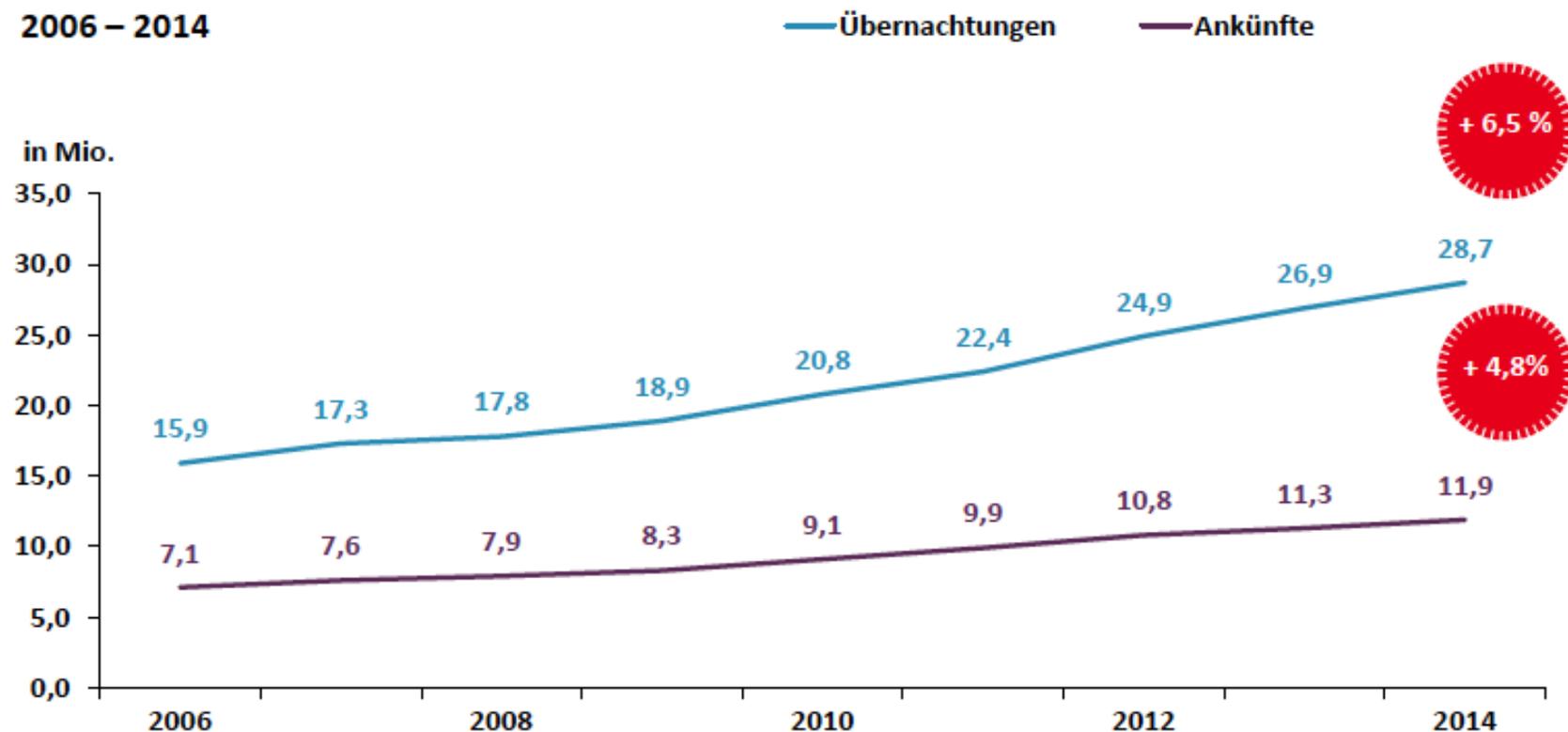


Stand: März 2015
© Software & Support Media GmbH,
www.webmagazin.de

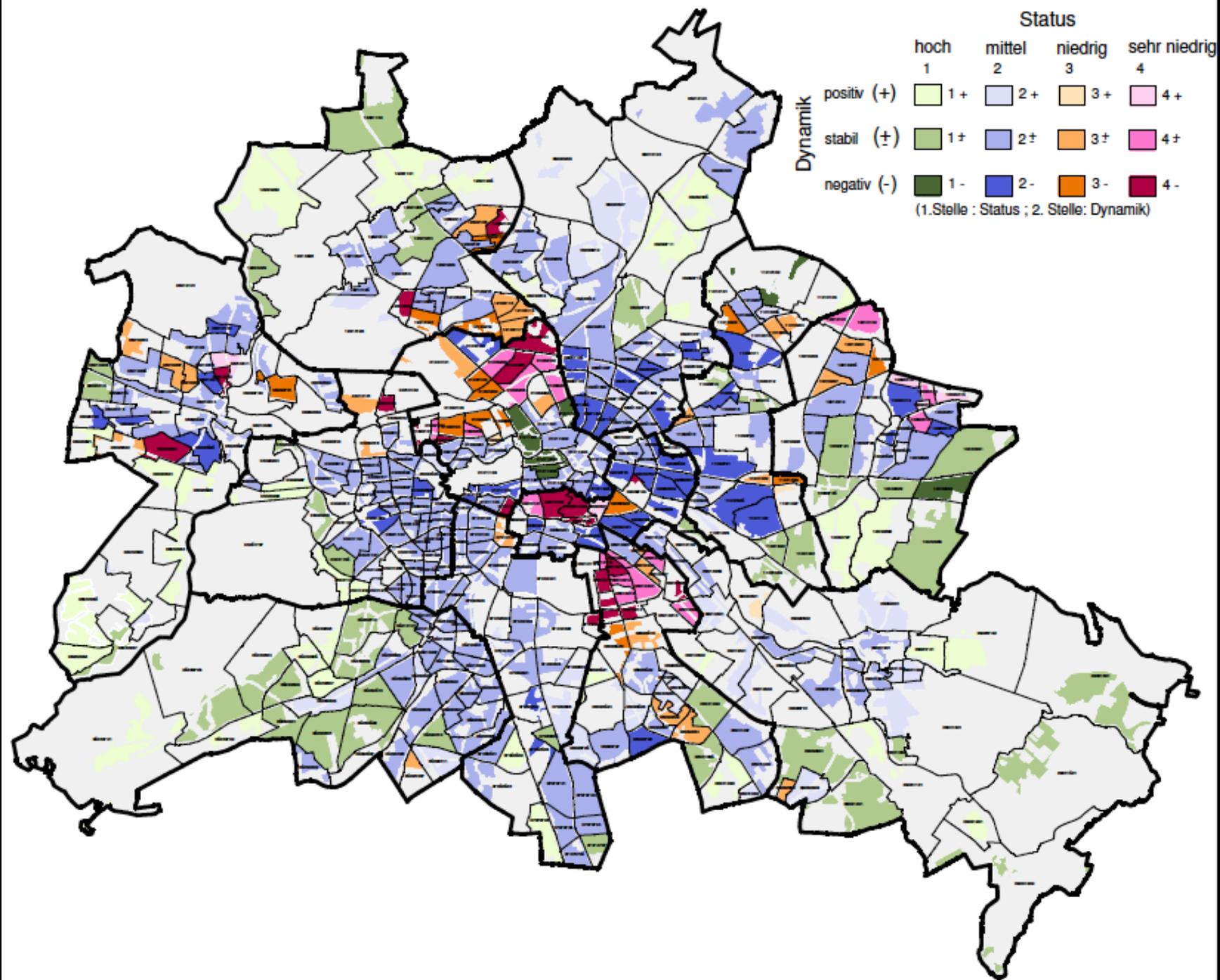
Übernachtungen & Ankünfte

Berlins Tourismusentwicklung

2006 – 2014



The other story







FUCK
OFF
MEDIA
SPREE



ONESK

ONESK

An der Schillingbrücke

>0CB

>0CB

Gehwer
schäden

WILHELMSTRASSE 100





Quelle: IBB Wohnungsmarktbericht 2011

Place Identity and Place Image

Place Identity = What is the place?

Place Image = Collective perception of place

Place Branding = The strategic plan to form and maintain a desired place image

