



**WERKRUIMTES
IN TOEKOMSTIG
ZOHO**

werkgroep curatie

Inhoud

1 – ZOHO- ondernemers op de kaart	2
Slow urbanism	2
Volgende stap	2
Kaders van de ZOHO-biotoop	3
Werkgroep Curatie	3
Doelen en opdracht	3
Uitgangspunten en thema's	4
2 – ZOHO-biotoop en community	5
Creatieve ZOHO-biotoop	5
Creatieve denkers en makers met verschillende disciplines	5
De disciplines	6
ZOHO-community	6
3 – Selectie van toekomstige ZOHO-ondernemers	7
Selectieprocedure	7
Algemene criteria	7
Criteria vanuit de ZOHO-community	7
Presentatie van de onderneming	8

1 – ZOHO- ondernemers op de kaart

Het Zomerhofkwartier, liefkozend ZOHO genoemd, is het inmiddels bekende Rotterdamse maakkwartier, gelegen aan de rand van het centrum, dicht tegen het Hofplein aan. Het wordt omsloten door de Teilingerstraat, Noordsingel, Heer Bokelweg en Oude Hofpleinlijn, met de Zomerhofstraat als hart van het gebied. Naast een klein rijtje sociale huurwoningen herbergt het gebied sinds 2012 een mix van kleinschalige bedrijvigheid. In het toekomstige ZOHO dient blijvend ruimte te worden geboden voor de diversiteit en kracht die is gecreëerd en gegroeid door de broedplaats van ZOHOcitizens (zie o.a. aangenomen motie 'Zomerhofkwartier vol cultureel plezier', 24 februari 2022).

Slow urbanism

In zichzelf gekeerd, verpauperd en kampend met veel bedrijfsleegstand. Dat schetst de uitstraling die het Zomerhofkwartier omstreeks 2011 nog had. Langzaam is daar verandering in gekomen doordat nieuwe ondernemers zich begonnen te vestigen: makers in design, kunst, cultuur, media, tech, food, architectuur en urban planning. Samen richtten zij het collectief ZOHOcitizens op. In samenspraak met de Gemeente Rotterdam en woningcorporatie Havensteder hebben ze de buurt omgevormd tot een uitnodigende, levendige, naar buiten gerichte stadsmakersplek. Rotterdams kordaat, met rafeligheid als kwaliteit. Met hun aanpak van *slow urbanism* hebben de betrokken ondernemers en bewoners waarde gecreëerd voor de stad, de buurt en nieuwe geïnteresseerden.

Volgende stap

Anno 2024 is een volgende fase in de herontwikkeling van ZOHO gaande. Na een tender vanuit de Gemeente Rotterdam is enkele jaren geleden de ontwikkelcombinatie Leyten/Stebru aangewezen om deze herontwikkeling uit te voeren. De belanghebbenden bij het project zijn verenigd in het zogeheten ZOHO-beraad. Vertegenwoordigd zijn daarin o.a. de Gemeente Rotterdam, woningcorporatie Havensteder, Leyten/Stebru, de Wijkraad en de ZOHO-ondernemers. Vier keer per jaar komen zij samen om de ontwikkelingen in ZOHO te bespreken.

Het te ontwikkelen nieuwe ZOHO onderscheidt zich van andere, nieuwe woon- en werkgebieden door de merkbare aanwezigheid van een creatieve gemeenschap. Kunst, cultuur en creatieve maakindustrie niet isoleren, maar opnemen in een stad of gebied zorgt voor een divers, bruisend, levendig, betrokken en verbonden woon- en werkgebied. Daarnaast kan de creatieve uitstraling van het gebied zorgen voor diverse en experimentele woonvormen, met een mix van koop en huur, oud en jong publiek, intellectueel en praktisch uitvoerder. Gestructureerd, transparant en met kennis van de gemeenschap komen in ZOHO de selectie van ondernemingen en de verdeling van werkruimte tot stand.

Kaders van de ZOHO-biotoop

Alle bedrijfsruimtes in ZOHO samen vormen de ZOHO-ondernemersbiotoop (kort: de ZOHO-biotoop). In totaal beslaat de ZOHO-biotoop een oppervlak van ca. 8.000 m². Daarvan is 4.000m² bestemd voor bedrijfsruimtes met een huurplafond en 4.000 m² voor commerciële ruimtes.

Binnen de bedrijfsruimtes met een huurplafond worden twee vormen onderscheiden: ruimte voor creatieve denkers en ruimte voor makers. Voor denkbedrijvigheid is 80% van de ruimte beschikbaar (3.200 m²), met een beoogd huurplafond van € 100 m² per jaar. Voor maakbedrijvigheid is 20% beschikbaar (800 m²), met een huurplafond van €70 m² per jaar. Het maximale vloeroppervlak per te verhuren ruimte bedraagt 400 m².

OPMERKING er is uitgegaan van het prijspeil op 1 januari 2019. De uiteindelijk vast te stellen huurprijzen zullen afhangen van dan geldende omstandigheden (zie ook Hoofdstuk 4).

Werkgroep Curatie

Een van de bevoegdheden van het ZOHO-beraad is het vaststellen van een plan van aanpak voor de 'curatie' van de creatieve werkruimtes. Daarvoor heeft het beraad de Werkgroep Curatie een opdracht en zelfstandig mandaat gegeven. Zoals een curator een tentoonstelling voorstelt, samenstelt en vormgeeft, zo zal deze werkgroep de creatieve ondernemerskant van ZOHO vormgeven en samenstellen door de beschrijving van uitgangspunten, selectieprocedures en beoogd eigenaarschap. Het ZOHO-beraad heeft de Werkgroep Curatie mandaat gegeven om zelfstandig keuzes te maken en invulling te geven aan de bedrijfsruimtes met huurplafond, binnen de vooraf gestelde kaders.

De Werkgroep Curatie ontwikkelt een plan voor de invulling van creatieve bedrijvigheid in het toekomstige ZOHO. De werkgroep gaat in principe niet over de invulling en het beheer van ZOHO in de tussenliggende ontwikkelperiode.

De Werkgroep Curatie bestaat uit vier huidige ZOHO-ondernemers:

- Bas Sala (maker, bedenker, ontwerper),
- Jette Schneider (podiumkunsten TimeWindow),
- Ariëne Boelens (ontwerper, verbinder, projectleider)
- Gert Jan te Velde (architect).

Op verzoek van de ondernemers van de werkgroep neemt ook Paul Vernooy deel aan het overleg, als vertegenwoordiger van de ontwikkelcombinatie Leyten/Steburu.

De werkgroep nodigt op incidentele basis diverse experts uit voor uitleg bij en toelichting op specifieke onderwerpen. Ook worden ondernemers en gebruikers van het gebied nadrukkelijk gevraagd om mee te denken, te adviseren en plannen te beoordelen.

Doelen en opdracht

De Werkgroep Curatie stelt de voorwaarden vast voor de verhuur en invulling van bedrijfsruimtes met een huurplafond binnen ZOHO. De doelen hiervan zijn:

- creatieve makers en denkers (ondernemers) borgen in de stad, als onderdeel in een woon- en werkgebied;
- ruimte bieden aan ondernemers met een creatief beroep die hoge commerciële huren niet kunnen betalen;
- behoud en doorontwikkeling van de creatieve gemeenschap in ZOHO.

De werkgroep werkt daarvoor uit:

- wie de doelgroep vormen;
- wat de gewenste samenstelling en (ruimtelijke) invulling van de ruimtes is;
- welke selectiecriteria gelden voor ondernemers;
- hoe het selectieproces voor ondernemers verloopt;
- welke vorm(en) van eigenaarschap past(passen) binnen de ZOHO-biotoop.

De werkgroep houdt zich aan de kaders van haar opdracht. De uitkomst van deze door het ZOHO-beraad gedefinieerde opdracht wordt in dat geval overgenomen door de stuurgroep voor realisatie.

Uitgangspunten en thema's

De Werkgroep Curatie toetst de procedures, regels en omschrijvingen bij de huidige, voormalige en eventueel toekomstige ondernemers in ZOHO. Daarbij is plek voor verschillende meningen. Meningen worden gewogen en besproken. Meningen kunnen geen nadelige gevolgen hebben voor de meninggever. De ondernemers in de werkgroep zetten zich in voor het grotere belang en niet het individuele belang.

Tijdens de uitvoering van haar opdracht neemt de werkgroep de volgende thema's en vragen mee:

- **Conditie**: wat zijn de ruimtelijke condities om tot een bloeiende creatieve ZOHO-biotoop te komen?
- **Selectieproces**: wat is een mogelijk model voor toewijzing van de ruimte en wat zijn de criteria?
- **Uitstraling en zichtbaarheid**: makersruimtes zullen voornamelijk op de begane grond worden ingevuld. Makers zijn dus zichtbaar in ZOHO en worden belangrijk voor de sfeer en de identiteit van ZOHO. Hoe organiseren we deze uitstraling in de praktijk?
- **Lange termijn**: hoe wordt continuïteit geborgd zodat de ondernemers in het gebied actief kunnen blijven? Hoe kan op de langere termijn het behoud van het gebied als creatief deel van de stad voortduren?
- **Organisatiemodel**: verhuur, vereniging, eigenaarschap, werkcorporatie of werkcoöperatie? Wat is een geschikt organisatiemodel om tot een duurzame creatieve biotoop te komen?

In de volgende hoofdstukken doet de Werkgroep Curatie verslag van haar bevindingen tot nu toe. Hoofdstuk 2 gaat over de kenmerken van de ZOHO-community. Hoofdstuk 3 over de selectieprocedure voor nieuwe ondernemers. Hoofdstuk 4 biedt inzicht in de afwegingen voor de indeling van de beschikbare vierkante meters voor de creatieve professionals, met de daarbij horende financiële voorwaarden. In hoofdstuk 5 zijn vier mogelijke modellen van eigenaarschap in ZOHO op een rijtje gezet. Dit document toont zo het cruciale denkwerk dat de werkgroep heeft verzet.

2 – ZOHO-biotoop en community

De ZOHO-biotoop biedt ruimte aan een diverse groep creatieve professionals: actieve mensen die een bruisende omgeving nodig hebben om te creëren. Denkers en makers van verschillende leeftijden met verschillende disciplines, die zelfstandig opereren vanuit hun werkplek in ZOHO. Ze creëren projecten, producten en diensten. Samen vormen ze een community met gedeelde waarden. De community versterkt hun ondernemerschap; de ZOHO-ondernemers versterken de community.

Creatieve ZOHO-biotoop

De ZOHO-biotoop biedt 4000 m² aan werkruimtes met een huurplafond, bedoeld voor creatieve professionals met beperkte middelen. Daarnaast is 4000 m² beschikbaar voor commerciële bedrijfshuur. In de verdeling van de bedrijfsruimten wordt gezocht naar clustering van creatieven met soortgelijke disciplines. Voor de commerciële ruimtes gelden dezelfde doelgroepen en toelatingscriteria, waarbij de eigenaar een grotere mate van vrijheid heeft in toewijzing, afhankelijk van de mate van leegstand (mutatieleegstand niet meegerekend).

ZOHO-ondernemers zijn initiatiefrijke mensen, met de blik naar buiten en met een maatschappelijke en artistieke ambitie. Ze staan open voor uitwisseling, dialoog en samenwerking. Ze hebben een band met Rotterdam, dragen bij aan het gebouw waarin ze werken, de buurt (ZOHO), de stad (Rotterdam). Met andere woorden, het zijn betrokken stadscreatieven.

Creatieve denkers en makers met verschillende disciplines

In de Nota van Uitgangspunten zijn 'denkers' en 'makers' genoemd als twee te onderscheiden categorieën van huurders. Vanuit deze tweedeling heeft de werkgroep de twee categorieën beschreven. Creatieve denkers en makers vragen om werkruimtes van verschillende omvang en met een verschillend opleverniveau. De werkdisciplines die zij met zich meebrengen, zijn gevarieerd.

De denker

Een denker is een ondernemer die een relatief kleine ruimte nodig heeft om diens werk te kunnen uitvoeren. Er is bijvoorbeeld plek voor een bureau met computer(s), een boekenkast, ruimte voor lees- en schrijfwerk, fotografiewerk, etcetera.

OPLEVERNIVEAU de denker heeft een eigen, af te sluiten verwarmde ruimte nodig. De denker hoeft enkel de muren te witten en de ruimte is klaar voor gebruik.

TE DELEN MET ANDEREN vergaderruimte en ruimte voor informele ontmoeting.

De maker:

De maker is een ondernemer die een relatief grote ruimtebehoefte heeft om diens dagelijkse werk te kunnen uitvoeren. Bijvoorbeeld ruimte voor (grotere) gebaren, objecten, machines, plek om materialen op te slaan. Een ruimte om een performance te ontwikkelen, prototypes te kunnen maken, te kunnen schilderen, beeldhouwen, gieten, zagen, schuren, naaien, tuften, frezen, 3d printen, spuiten/verven, installaties te ontwikkelen, solderen, etcetera.

OPLEVERNIVEAU de maker heeft genoeg aan een kale, verwarmde ruimte met water- en rioolaansluiting. De maker richt graag zelf de ruimte in vanuit casco- en installatie- opleveringsniveau.

TE DELEN MET ANDEREN vergaderruimte en ruimte voor informele ontmoeting.

De disciplines

- *(Performance) kunsten*: beeldend kunstenaars, beeldhouwers, ruimtelijke-installatiekunstenaars, performancekunstenaars, multimedialkunstenaars, dansers, acteurs, theatermakers, spoken-wordperformers
- *Ruimtelijk ontwerp*: (interieur) architecten, planologen, stedenbouwkundigen, 'participatie'-ontwerpers, stadmakers, stadonderzoekers
- *Duurzaamheids en maatschappelijk ontwerp*: ontwerpers van systemen en producten voor klimaatadaptatie, recycling, circulaire en natuurinclusieve toepassingen, participatief ontwerp en social designers.
- *Creatieve dienstverlening*: grafisch ontwerpers, ruimtelijk ontwerpers, motion designers, fotografen, filmers, schrijvers, social designers, design researchers, illustratoren.
- *Creatief productontwerp*: tassenontwerpers, sieraadontwerpers, keramisten, productontwerpers met kleinschalige productie.
- *Kleinschalig ambachtswerk*: restauratoren, lijstenmaker, smid.

ZOHO-community

De creatieve ondernemer is welkom in ZOHO en draagt bij aan een bloeiend werk- en leefklimaat. Er is sprake van wederkerigheid: de community versterkt de ondernemer, de ondernemer versterkt de community. De individuele ondernemer is zich er dan ook van bewust dat een bepaalde mate van gezamenlijk uitgevoerde activiteit of bijdrage aan het geheel nodig is. Die bijdrage is programmatisch – bijvoorbeeld tijdens een jaarlijks terugkerend klein evenement – en financieel van aard. Vanuit commitment worden afspraken met elkaar gemaakt. Hoe de ZOHO-ondernemer daar concreet invulling aan geeft, is zelfstandig te bepalen maar wordt altijd helder geformuleerd en transparant gedeeld met de ZOHO-community. Overigens is het bestaan van de community geen doel op zichzelf, maar een middel om het bruisende menselijke karakter van ZOHO te blijven ontwikkelen.

3 – Selectie van toekomstige ZOHO-ondernemers

Een selectiecommissie beoordeelt aanvragen voor de toekomstige huur van een werkruimte in ZOHO. Deze commissie wordt gevormd door leden van de huidige Werkgroep Curatie (i.v.m. initiatief en continuïteit) en vijf (voormalige) ondernemers uit ZOHO die zelf ook aan de opgestelde selectiecriteria voldoen. Doel is om doorstroming in de commissie te hebben d.m.v. een rooster van aftreden. De selectie verloopt in vier stappen, ondersteund door algemene criteria en criteria vanuit de community.

Selectieprocedure

1. Het intake formulier (o.a. toetsingcriteria & ruimtelijke vraag);
2. De selectiecommissie toetst of de onderneming voldoet aan de criteria;
3. Publieke pitch voor commissie waarbij alle huidige huurders worden uitgenodigd;
4. De selectiecommissie selecteert nieuwe huurders op basis van pitch en streeft naar een mix van disciplines en grotere en kleinere bedrijven (in menskracht en vierkante meters).
Daarnaast wordt bij de eerste verhuur van de ruimten met een gereduceerde huur gestreefd naar:
 - minimaal 75% bezetting door huidige huurders;
 - voorrang voor ondernemers die eerder al hebben bijgedragen aan de bloei van de creatieve community in ZOHO (wie zijn de huurders die 'gezaaid' hebben).

OPMERKING Intake formulier en besluitvormingsmethodiek van de commissie wordt in een latere fase uitgewerkt.

Algemene criteria

- De onderneming voldoet aan de beschreven doelgroepcriteria voor professioneel creatief ondernemerschap.
- De onderneming heeft een fysieke werkruimte nodig.
- De onderneming gebruikt de gehuurde ruimte voor uitvoering van de professionele werkpraktijk.
- De onderneming is niet in staat om de huurprijs te betalen van commerciële ruimtes in ZOHO.
- De onderneming streeft, naast winst, ook een artistieke en/of culturele doelstelling na.
- De onderneming en de werkzaamheden dragen positief bij aan de omgeving (het gebouw, de straat, de buurt, de stad).
- De onderneming heeft een actieve en open houding naar derden en een bewezen trackrecord in samenwerken.
- De onderneming zorgt voor levendig gebruik van de ruimte door hoge bezettingsgraad.
- Naast algemene criteria vanuit de community zullen er financiële en juridische criteria vanuit de gebouweigenaar / verhuurder worden opgegeven.

Criteria vanuit de ZOHO-community

- De onderneming past in de community-beschrijving.
- De onderneming is nu al betrokken, of wil actief betrokken zijn bij de ZOHO-community.
- De onderneming is bereid om menskracht te leveren en financieel bij te dragen aan gemeenschappelijke activiteiten en de levendigheid van ZOHO (het uitgangspunt is wel dat ondernemers zich daartoe verleid i.p.v. verplicht voelen, bijvoorbeeld omdat mede-ondernemers een inspirerend voorbeeld zijn).
- De onderneming wil zich verbinden met andere partijen in ZOHO, variërend van incidentele uitwisseling tot structurele samenwerking.
- De ondernemer is een ambassadeur voor ZOHO.

Presentatie van de onderneming

- Beschrijving van het eigen initiatief / de onderneming / het makerschap.
- Motivatie - wat zou de onderneming willen brengen en halen in ZOHO:
 - Waarom ZOHO?
 - Wat is de verhouding met ZOHO tot nu toe? Wat heeft de onderneming bijgedragen aan de ontwikkeling van het gebied?
 - Wat betekent de ontwikkeling van ZOHO voor het eigen initiatief / de onderneming / het makerschap?
 - Welke ideeën heeft de onderneming voor ZOHO in de toekomst? (kan heel algemeen)
 - Hoe zou de onderneming diens toekomstige rol in ZOHO voor zich zien?
 - Welke publieksgroepklanten trekt de onderneming aan?
- Welke ruimtes hebben de meeste voorkeur van de onderneming, in een volgorde van 1 tot 3?
- Waaraan voldoet de te huren ruimte bij voorkeur?