

## Ondernemen in het groen

De visies en belangen van recreatie-ondernemers in Amstelland



[www.beschermersamstelland.nl](http://www.beschermersamstelland.nl)

Hidde Hofhuis - 911125349030  
 Simone van der Leur - 911208514060  
 Cindi Navarro Rodriguez -  
 920619596130  
 Aster van der Wal - 920717925010  
 Nick Warmelink – 920702928080

Enjoyable Amstelland – 1512

Commissionair: Judith Westerink

1	Inhoudsopgave	
2	Samenvatting .....	2
3	Introductie .....	3
3.1	Het gebied Amstelland.....	3
3.2	Het project .....	4
3.3	Probleem Analyse .....	4
4	Methodologie.....	5
4.1	Interviews.....	5
4.1.1	Inventarisatie .....	5
4.1.2	Steekproef.....	6
4.1.3	Methode.....	6
4.1.4	Recreanten .....	7
4.1.5	Validiteit.....	7
4.2	Interview Analyse.....	7
4.2.1	Coderen.....	7
4.2.2	Coderingssysteem .....	7
4.2.3	Analyseren .....	8
5	Resultaten .....	8
5.1	Visie op Landschap.....	8
5.1.1	Waarden van het landschap .....	8
5.1.2	Gasten .....	9
5.2	Mogelijkheden voor Amstelland.....	10
5.2.1	Toekomstvisie .....	10
5.2.2	Afname Kwaliteit.....	10
5.2.3	Belemmeringen.....	11
5.3	Samenwerking.....	12
5.3.1	Type Samenwerking.....	12
5.3.2	Belangrijke partijen .....	13
5.3.3	Bekendheid van SBA onder ondernemers .....	14
5.3.4	Interesse in verenigen.....	14
6	Conclusie .....	15
7	Advies.....	16
8	Referenties.....	18
9	Bijlage.....	19

## 2 Samenvatting

“Amstelland, een oase van rust onder de rook van Amsterdam”. Binnen 10 minuten van drukte in Amsterdam, naar de rust en schoonheid die Amstelland te bieden heeft. Dit groene gebied levert een diversiteit aan diensten voor de mensen binnen, maar ook buiten het gebied. Vandaag de dag is het een levendig gebied en wordt het landschap voornamelijk onderhouden door agrariërs welke zich goed hebben verenigd in de “Agrarische natuurvereniging”. In het gebied zitten daarnaast vele recreatie-ondernemingen die faciliteiten bieden voor recreanten die naar Amstelland komen. Deze recreatie-ondernemingen zijn naast de agrarische bedrijven zeer belangrijk voor het behoud en beheer van het gebied. *Er is echter geen duidelijk en alomvattend overzicht van de recreatie-ondernemingen in Amstelland en de visies en belangen die zij hebben.* Stichting Beschermers Amstelland (SBA) is een lokale organisatie die zich inzet voor het beschermen van deze en andere waarden in Amstelland. SBA wil de betrokken partijen graag bij elkaar brengen en samenwerking stimuleren, maar heeft hiervoor een overzicht nodig van alle recreatie-ondernemingen en hun visies en belangen in het gebied. Aan de hand van de uitkomsten van dit project, kan SBA haar inbreng aan een robuuste toekomst voor dit gebied leveren. De uitkomsten van dit project zijn vergaard door middel van interviews met recreatie-ondernemers uit verschillende sectoren en met recreanten. In totaal zijn er in drie dagen 16 interviews afgenomen bij ondernemers in verschillende sectoren en is ervoor gekozen te kiezen voor ondernemingen die verspreid liggen in het gebied. Door het gebruik van semigestructureerde interviews, was er tijdens het interview speling in de aandacht per onderwerp en bijbehorende vragen. Naderhand is alle data getranscribeerd, gecodeerd en geanalyseerd.

De verzamelde data kon onder drie overkoepelende thema's worden verdeeld. Deze drie thema's zijn: 'Visie op Landschap', 'Mogelijkheden voor Amstelland' en 'Samenwerking'. Uit analyse van de data blijkt dat het landschap sterk wordt gewaardeerd door de ondernemers en dat zij willen samenwerken om de recreatie sector en het gebied te promoten. Voor de promotie van Amstelland zien zij diverse mogelijkheden voor de ontwikkeling van recreatie. Om de kwaliteit hoog te houden, zien vele ondernemers opties voor samenwerking en willen zie hier aan werken maar op dit moment is men nog erg afwachtend. Het ontbreekt momenteel aan een overkoepelende partij die de ondernemers en hun ideeën bij elkaar brengt en de mogelijkheden in beweging zet.

### 3 Introductie

#### 3.1 Het gebied Amstelland

Amstelland is een groen agrarisch buitengebied, omgeven door stedelijke bebouwing. De meanderende wateren van de Amstel, de Waver en de Bullewijk verdelen het gebied in meerdere vlakken. Als één van de oudste polders van Nederland, kent dit voormalig veenweidegebied een rijke historie. Na de ontginningsactiviteiten in de 11e eeuw ontstond een kenmerkend landschap bestaande uit langwerpige stroken land en sloten. Hierin definiëren wij 'Landschap' als een complex samenhangend systeem van natuurlijke en menselijke elementen, welke beschikt over sociale, culturele en economische krachten die een product zijn van een kenmerkende historie (Altrop, 2007). Anno 2015 geldt dit archetypische boerenlandschap nog steeds als zeer gewaardeerd Hollands erfgoed (van Bommel et al., 2006).

Wereldwijd groeit het besef dat natuurlijk landschap op een onmerkbare manier vitale diensten levert aan de mens (Millenium Ecosystem Assessment, 2005). Deze diensten worden in de wetenschap ecosysteemdiensten genoemd, welke kunnen worden onderverdeeld in: productiediensten, regulerende diensten, culturele diensten en ondersteunende diensten. In 2010 heeft het Planbureau voor de Leefomgeving een rapport uitgegeven over ecosysteemdiensten in Nederland (Melman *et al.*, 2010). Daarin wordt de economische waardering van natuur besproken en faciliterende beleidsinitiatieven geopperd met betrekking tot het landschap. Het Nederlandse landschap levert immers vele, meer of minder zichtbare, ecosysteem diensten die door de overheid een groot maatschappelijk belang wordt toebedeeld. Ook Amstelland levert een diversiteit aan diensten voor de mensen binnen, maar ook buiten het gebied. Natuurbeleving (Coeterier & de Boer, 2001), potentie voor stress reductie (Home, 2012), een goede luchtkwaliteit (Hartig et al., 2014) en behoud van natuurlijke- en cultuurhistorische waarden zijn enkele kostbare 'culturele diensten' voorzien door agrarische cultuurlandschappen. Stichting Beschermers Amstelland (SBA) is een lokale organisatie die zich inzet voor het beschermen van deze en andere waarden in Amstelland. Naast de zojuist genoemde waarden levert het landschap van Amstelland ook productiediensten, waaronder de productie van gras en melk, en de algemenere regulerende diensten zoals waterregulatie en temperatuurregulatie (Bolund en Hunhammar, 1999).

Het beheer van de groenblauwe ruimte van Amstelland ligt bij een selecte groep actoren. Waar het waterbeheer wordt gecoördineerd door het 'Waterschap Amstel, Gooi en Vecht', ligt het gros van het agrarisch-landbeheer bij: 'Landschap Noord-Holland', 'de Agrarische Natuurvereniging' en individuele agrariërs. De aangewezen recreatiegebieden worden beheerd door Recreatieschap Noord-Holland. Het grootste deel van het oppervlak is in eigendom van agrariërs. Gezien het agrarische landgebruik tegelijkertijd de waarden van het gebied in stand houdt, kunnen wij spreken van een bepaalde mate van rentmeesterschap. Hoewel het Subsiestelsel Natuur en Landschap (SNL) voor een deel bijdraagt aan het behoud of de uitbreiding van deze waarden, bestaat er nog steeds een grote druk op de agrariërs die hun boerenbedrijf én aanvullend landschapsonderhoud proberen te combineren. Om de kwaliteiten van dit landschap te behouden is het belangrijk om op zoek te gaan naar alternatieve organisatievormen en financieringsmodellen voor duurzaam landschapsbeheer.

### 3.2 Het project

Deze zoektocht naar een duurzame toekomst is een project van de Wetenschapswinkel van Wageningen UR, en wordt uitgevoerd in opdracht van Stichting Beschermers Amstelland. Onderzoeksinstituut Alterra is gevraagd om middels een economische- en actoren analyse de huidige stand van zaken te bekijken, waarna een toekomstschets zal worden gemaakt. Duurzaam behoud hebben wij hierin gedefinieerd als de ideale praktijk, waarin samenwerking tussen recreatie-ondernemers en agrariërs zich uit in een robuuste organisatievorm, waarbij de waarden van het gebied op de lange termijn behouden blijven. Binnen ons project verkennen wij; de omvang van de recreatie sector, de relatie van de recreatie-ondernemers tot Amstelland, perspectief op belemmeringen en mogelijkheden én hun visie op samenwerking. Door de visies van recreatie-ondernemingen in kaart te brengen, faciliteren wij een verdere discussie over de toekomst van Amstelland. Tevens is er gekeken naar de verschillende visies op samenwerking. Op deze manier kon er geanalyseerd worden óf er mogelijkheden zijn voor samenwerking tussen recreatie-ondernemers onderling, en hoe deze gevormd zouden zijn.

Hierdoor kunnen de resultaten van ons project voor Alterra een startpunt bieden voor een diepere analyse van de relatie tussen de recreatie sector en Amstelland. Hiernaast zullen de resultaten bijdragen aan een verkenning van de mogelijkheden, mogelijk te gebruiken voor een nieuw model van duurzaam landschapsbeheer in Amstelland.

### 3.3 Probleem Analyse

Toenemende grondprijzen in de stadsrand gebieden en ontwikkelingen in de agrarische sector, maken de toekomst van Amstelland als agrarisch cultureel landschap onzeker. De agrarische sector die momenteel verantwoordelijk is voor de ruimtelijke inrichting van Amstelland, kan in de toekomst mogelijk niet langer economisch rendabel zijn. Een verminderde concurrentiepositie van de Nederlandse Boeren door veranderingen in het Europese Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB), kan een rol spelen in de economische rendabele staat. Ook binnen onze landsgrenzen zijn er belangrijke ontwikkelingen. Schaalvergrotingen en verdere intensivering van de landbouw in andere delen van Nederland, zoals het 'Foarút Buorkje project'<sup>1</sup> in Friesland, kan een effect hebben op de concurrentie positie van de boeren in Amstelland. Wanneer de agrarische inkomsten afnemen, moeten boeren waarschijnlijk zoeken naar alternatieve vormen van landgebruik. Hierbij kan door het sterker in acht nemen van efficiëntie, minder aandacht worden besteedt aan het behoud van natuurlijke waarden. Hiernaast kan een faillissement in de agrarische sector, in combinatie met de hoge grondprijzen, lijden tot verandering in de landinrichtingsvorm. Waarbij agrarisch grondgebruik plaatsmaakt voor bebouwing. Amstelland heeft momenteel een sterke aantrekkingskracht op een groot aantal inwoners van Amsterdam en andere omliggende stedelijke gebieden. Verschillende recreatie-ondernemingen halen hier hun inkomsten uit. Om Amstelland als cultureel landschap op de lange termijn veilig te stellen, is er gekeken naar mogelijkheden om dit te realiseren. Waarbij zowel de recreatie-ondernemers als de agrarische sector betrokken zijn bij het behoud van het gebied. De agrarische sector is beter vertegenwoordigd waardoor deze goed te benaderen is. *Er is echter geen duidelijk en alomvattend overzicht van de recreatie-ondernemers in Amstelland.* Stichting Beschermers Amstelland (SBA) wil de betrokken partijen graag bij elkaar brengen en heeft hiervoor een overzicht nodig van alle recreatie-ondernemingen en hun belangen. *Voor SBA zijn de belangen van de recreatie- ondernemers in relatie tot het landschap niet inzichtelijk. Hiernaast behoeft SBA meer inzicht in de welwillendheid van ondernemers omtrent samenwerking.*

De recreatie ondernemers lijken nu individueel te opereren ondanks dat er mogelijk een gemeenschappelijk belang is bij de kwaliteit van het landschap. Dit maakt het lastig voor de Stichting

---

<sup>1</sup> Een project van de vereniging 'de Noardlike Fryske Walden' dat door o.a. schaalvergroting inspeelt op verwachte veranderingen. <http://www.noardlikefryskewalden.nl/landbouw-milieu-water/foarut-buorkje>. Bezocht: 31-03-2015, 12:00

Beschermers Amstelland om de recreatie-ondernemers als geheel bij een project te betrekken en naar mogelijkheden te zoeken voor een stabiel economisch model voor Amstelland. Een inventarisatie van de recreatie-ondernemingen zal een beter beeld geven van alle betrokken recreatie-ondernemers in Amstelland. Aan de hand van interviews is er inzicht verkregen in de belangen van deze recreatie-ondernemers en de eventuele mogelijkheden die zij zien tot samenwerking om het culturele Amstelland te behouden.

## 4 Methodologie

### 4.1 Interviews

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Wetenschapswinkel van Wageningen universiteit en Alterra die in opdracht van Stichting Beschermers Amstelland (SBA) onderzoek doet naar de toekomstmogelijkheden van Amstelland. Mede op basis van de door ons verzamelde data, kan SBA haar inbreng aan een robuuste toekomst voor dit gebied leveren. Deze kennis is vergaard door middel van interviews met recreatie-ondernemers uit verschillende sectoren en met recreanten.

#### 4.1.1 Inventarisatie

Allereerst is er een inventarisatie gemaakt van alle recreatie-ondernemingen binnen Amstelland (zie bijlage), waarna alle ondernemingen zijn gegroepeerd en onder 5 verschillende sectoren onderverdeeld. Uiteindelijk vallen alle 55 ondernemingen onder de volgende sectoren: 1) Kunst, 2) Boerderij, 3) Eten&Drinken, 4) Sport&Spel en 5) Overnachting. Na deze groepering zijn er binnen elke sector een aantal ondernemingen geselecteerd. Deze ondernemingen zijn geselecteerd op basis van hun relatie met het landschap en hun ligging in Amstelland. De ondernemingen zijn daarna via de mail en telefoon gecontacteerd.

Het aantal geïnterviewde ondernemingen, en hun bijbehorende sector, kunnen gevonden worden in tabel 2.1. De geïnterviewde ondernemingen zullen worden genoemd onder pseudoniemen vanwege anonimiteit. In totaal zijn er in drie dagen, 16 interviews afgenomen bij ondernemers in verschillende sectoren. Een overzicht van de spreiding van de ondernemingen is te zien in figuur 2.1. Om een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de meningen van verschillende ondernemers over Amstelland, is ervoor gekozen om ondernemers uit zoveel mogelijk verschillende sectoren te interviewen. Met deze informatie kunnen we aangeven in welke sectoren eventuele punten liggen die kunnen worden verbeterd of veranderd en is het mogelijk verschillende sectoren met elkaar te vergelijken.

Tabel 2.1: Overzicht van geïnterviewde recreatie-ondernemers in Amstelland

Boerderij (B)	2	- Boerderij Goedvolk	- Boerderij Lindemans
Eet- en drinkgelegenheid (ED)	6	- Horecaonderneming Kruidig - Horecaonderneming Het Druifje - Horecaonderneming Gisting	- Horecaonderneming 't Krat - Horecaonderneming Slok - Horecaonderneming De Ketel
Kunst (K)	2	- Atelier De Penseel	- Atelier Kleurrijk
Overnachting (O)	2	- Horecaonderneming Het Volle Vat - Horecaonderneming de Bodega	- Boerderij Populier
Sport en Spel (S)	4	- Sportonderneming Vitaal	- Sportonderneming In Motion



*Figuur 2.1: kaart van Amstelland waarin de geïnterviewde recreatie-ondernemers zijn aangewezen*

#### 4.1.2 Steekproef

Helaas was het niet mogelijk om van te voren alle ondernemingen te pakken te krijgen en een afspraak te maken voor een interview. Omdat dit onderzoek is gebaseerd op welke ondernemingen wij hebben aangeschreven en hun vrijwillige bijdrage, is er sprake van een selecte steekproef. Echter, tijdens de bezoeken aan Amstelland, bleek het vaak toch mogelijk de ondernemer te spreken. Daarnaast is er gebruik gemaakt van een sneeuwbal-steekproeftrekking. Deze methode, waarbij wij door gesproken ondernemers werd gewezen op andere ondernemers welke in hun ogen nuttig zouden kunnen zijn voor het onderzoek, is zeer nuttig wanneer onderzoekseenheden van een populatie van te voren moeilijk te vinden zijn. Deze ondernemers zijn ook aan de definitieve lijst toegevoegd.

#### 4.1.3 Methode

De reden dat er is gekozen voor kwalitatief onderzoek door middel van interviews is omdat er op deze manier de mogelijkheid is om met iedere respondent diep op het onderwerp in te gaan. Ook kan er doorgevraagd worden naar de achterliggende ideeën, belangen en gedachten van de respondenten. De interviews zullen meer inzicht moeten geven in welke behoeftes, belangen, verwachtingen en visies ondernemers hebben op het gebied van de recreatie met betrekking tot Amstelland. De interviews waren semi-gestructureerd wat betekent dat het interview van te voren deels is opgesteld. Van te voren zijn er verschillende onderwerpen opgesteld die we tijdens het interview aan bod wilden laten komen. Dit waren de volgende onderwerpen: 1) positionering, 2) belang bij het gebied, 3) mogelijkheden gebied, 4) recreanten, 5) SBA en 6) samenwerking. Binnen

deze onderwerpen waren verschillende vragen opgesteld. Echter, zoals het een semigestructureerd interview kenmerkt, was er tijdens het interview speling in de aandacht per onderwerp en bijbehorende vragen. Afhankelijk van de sector, was er voor de interviewers de ruimte om eventueel vragen en/of de volgorde van vragen aan te passen. Daarbij was het ook mogelijk ter plekke vragen bij te verzinnen die nuttige informatie zouden kunnen opleveren.

#### 4.1.4 Recreanten

Naast deze 15 ondernemers, zijn er ook 15 recreanten geïnterviewd. Door middel van deze interviews is het mogelijk een duidelijker beeld te kunnen vormen van de interesses en belangen van recreanten in Amstelland. De uitkomsten van deze interviews zijn van belang geweest voor het ondersteunen van de visies en belangen van de ondernemers in Amstelland.

#### 4.1.5 Validiteit

Binnen dit project verwachten wij een goede interne validiteit, welke wij opvatten als methodologisch validiteit. Zoals hierboven besproken is de steekproef op een zorgvuldige wijze getrokken en de keuze voor interviews en de analysetechnieken hebben we verantwoord. Wel moet er rekening worden gehouden met het feit dat er enkel 15 recreanten zijn geïnterviewd. Dit heeft invloed op de externe validiteit. Echter, omdat dit project specifiek op zoek is naar de interesses en belangen van recreanten en ondernemers in Amstelland, is het niet belangrijk dat de resultaten niet generaliseerd kunnen worden voor recreanten en ondernemers in andere gebieden.

Er zijn enkele maatregelen genomen om de validiteit van dit onderzoek te verhogen. Zo is elk interview gecodeerd en geanalyseerd door een ander lid van het team. Om misinterpretatie te voorkomen, is elk interview daarna gecontroleerd door een ander teamlid, om codering en keuzes te vergelijken.

## 4.2 Interview Analyse

### 4.2.1 Coderen

Alle interviews zijn opgenomen als spraakbericht met opnameapparatuur. Dit maakte het mogelijk achteraf alle interviews terug te luisteren en te transcriberen. Alle getranscribeerde data, is daarna thematisch gecodeerd. Hiermee wordt bedoeld dat uitspraken zijn ingedeeld naar soort en type. Door middel van deze indeling, zijn er negen categorieën opgesteld, waardoor antwoorden van verschillende ondernemers met elkaar kunnen worden vergeleken.

Binnen dit onderzoek is gebruik gemaakt van inductieve codering. Dit betekent dat de codering afhangt van de data die verzameld is. Dit wordt ook wel open codering genoemd. We wisten op voorhand niet wat er uit de te verzamelen data naar voren zou komen.

### 4.2.2 Coderingssysteem

Om de data te coderen, is gebruik gemaakt van de coderingssystemen van Straus en Corbin (1998). Dit coderingssysteem bestaat uit drie verschillende fasen. Tijdens de eerste fase, is er gebruik gemaakt van open coderen. Hiermee wordt ook wel de eerste codering van de verzamelde data bedoeld. Strauss en Corbin beschrijven dit ook wel als het proces van het afbreken, conceptualiseren en categoriseren van data. In deze fase zijn drie grote categorieën ontstaan waar de 9 kleinere categorieën onder vallen, namelijk: 1) Visie op landschap, 2) Mogelijkheden voor Amstelland en 3) Samenwerking. Tijdens de tweede fase, is de data axiaal gecodeerd. Dit betekent dat data is gecodeerd binnen een bepaalde categorie. Hierdoor zijn verschillende “subcategorieën” ontstaan, uit de categorieën die we hebben opgesteld bij het open coderen. Met deze “subcategorieën”, is het mogelijk om de omvang van de verzamelde data te reduceren en om minder belangrijke data te schrappen. De derde fase is het selectief coderen. Tijdens deze fase wordt gezocht naar verbanden tussen de verschillende categorieën, en kan de data goed worden geanalyseerd.



#### 4.2.3 Analyseren

Na de codering door middel van het coderingssysteem, is alle data geanalyseerd. Alle data binnen een categorie is samengevoegd en binnen elke van deze categorieën is er gezocht naar trends die genoemd zijn door meerdere ondernemers. Deze trends zijn per categorie beschreven bij de resultaten. Aan de hand van deze analyse is een conclusie gemaakt en volgt een advies.

## 5 Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de interviews met de recreatie-ondernemers worden weergegeven. Vragend vanuit de zes verschillende topics is een breed scala aan informatie ontvangen. Deze data is gegroepeerd en geanalyseerd binnen de volgende drie categorieën; Visie op Landschap (3.1), Mogelijkheden voor Amstelland (3.2) en Samenwerking (3.3). In deze volgorde zullen onze bevindingen worden gepresenteerd.

### 5.1 Visie op Landschap

In deze sectie zullen de visies en relaties van de ondernemers tot het gebied worden behandeld. Hier komen waardevolle aspecten van het landschap aan bod, maar ook de invloed hiervan op hun clientèle.

#### 5.1.1 Waarden van het landschap

Amstelland wordt erg gewaardeerd door de ondernemers in het gebied. Amstelland wordt voornamelijk gewaardeerd vanwege de open landschappen, de goede bereikbaarheid vanuit Amsterdam en de aantrekkingskracht die het heeft op recreanten. Landschappelijk worden de weilanden vooral gewaardeerd vanwege open ruimte en de vergezichten, “de mensen zijn stom verbaasd dat je nog zulke uitzichten hebt”(Atelier De Penseel). Daarnaast biedt het voor toeristen een unieke gelegenheid tot een kijk in de oude geschiedenis van Nederland. “Dat Rembrandt hier vroeger zo aan het schilderen was [...] en het zicht op de boerderijen nog hetzelfde is gebleven over 300 jaar” (Groene Hoepel). Het wordt echter ook sterk gewaardeerd dat het landschap nog steeds functioneel gebruikt wordt: “Er moet gemolken en gemaaid worden. Anders wordt het een park” (De Bodega).

Naast de traditionele, open landschapsaspecten, geven de ondernemers unaniem aan veel waarde te hechten aan het feit dat het gebied is “omringd door de stad” door “Amstelveen, Zuid-Oost, de Zuid-As en toch heb je echte natuurbeleving”(Groene Hoepel), “het contrast is fantastisch” (De Bodega). Hiernaast werd ook de toeristische waarde benadrukt: “dus ja ik vind wel wat dat betreft qua toerisme, is het wel een trekpleister...dat is voor ons erg fijn” (*t Krat*). Ook wordt er gesproken over de waarde van Ouderkerk aan de Amstel: “Een authentiek dorpje onder de rook van een wereldstad” (*Het Druifje*). Slechts enkele ondernemers geven aan niet erg afhankelijk te zijn van het landschap. Deze ondernemers zitten allen gevestigd in het dorp Ouderkerk. Klandizie is in die gevallen voornamelijk gebaseerd op lokale bewoners uit het dorp, of naar de mening van een ondernemer: “Al die fietsers blijven toch wel komen” (De Gisting). Verder zijn alle ondernemers zich goed bewust van de aantrekkingskracht van het gebied. Uit de interviews blijkt echter er een trend te zijn tussen de waarde die ondernemers zelf hechten aan het landschap en of ze wel of niet zijn opgegroeid in Amstelland. Om deze reden hebben we aan alle ondernemers gevraagd waarom zij in Amstelland zijn gevestigd.

De ondernemers in het gebied blijken om verschillende redenen in Amstelland te zijn gevestigd. Een derde van de ondernemingen is doorgegeven als familiebedrijf. Hierbij kan vooral worden gedacht aan multifunctionele boeren, kleine detailhandel maar ook horeca gelegenheden. De rest van de ondernemers heeft in meer of mindere mate bewust gekozen voor een onderneming in Amstelland. Ondernemers die bewust voor dit gebied gekozen hebben deden dit vanwege de ligging bij Amsterdam en het was “zakelijk de beste zet”(Het Druifje). Ondernemers hebben hun locatie vaak gekozen vanwege het “contrast” met de stad en gebruiken het gebied als “toegangspoort tot de

natuur" (In Motion). Het oude karakter van Ouderkerk wordt ook aangegeven als belangrijke factor van het gebied met "een bruggetje dat nog met de hand open gaat"(Het Druifje) en de aantrekkingskracht op recreanten. Kunstenaars en minder grote ondernemingen geven ook aan vanwege de ruimte en het open landschap in Amstelland te zijn gevestigd. De meeste ondernemers hebben initieel niet voor het gebied gekozen vanwege de landschappelijke schoonheid, "ik zou een kikker van een schaap niet hebben kunnen onderscheiden (*'t Krat'*)", maar zijn zich meer aan het gebied gaan hechten vanwege de rust en ruimte die Amstelland voor hun biedt.

### 5.1.2 Gasten

De ondernemers is de vraag voorgelegd in hoeverre zij afhankelijk zijn van recreanten. Alle ondernemingen, met uitzondering van ondernemingen in de sectoren Kunst en Sport & Spel, gaven aan in hoge mate afhankelijk te zijn van recreanten uit het gebied. Restaurant Het Druifje geeft zelfs aan tot wel 100% afhankelijk te zijn van recreanten. Door deze relatief hoge afhankelijkheid geven veel van de ondernemingen aan een groei in het aantal gasten te willen zien. Boerderij Populier geeft bijvoorbeeld aan dat volgens hem "te weinig mensen naar het gebied komen waardoor het buitenterras niet helemaal volloopt". Niet alle ondernemingen willen een groei in gasten omdat zij vol zitten en/of niet genoeg ruimte hebben. Om meer gasten te trekken hebben ondernemingen zoals Het Druifje en De Ketel initiatieven die korting verschaffen om een potentiële doelgroep aan te boren. Een ander genoemd initiatief om gasten te trekken is zich te kenmerken als ANWB servicepunt voor fietsers die zich verplaatsen door het gebied, en een vermelding in een fietsenverhuurfolder van fietsen in Amsterdam specifiek gericht op toeristen.

Het merendeel van de geïnterviewde ondernemingen in Amstelland geven aan dat de toestroom van recreanten seizoensgebonden is. In de zomerperiode is de toestroom van recreanten genoeg, maar in de winterperiode moeten ze het meer hebben van de zakelijke gasten en loopt het bij sommige ondernemingen leeg. Het verschil in het aantal gasten ligt dan ook volgens het merendeel van de ondernemingen niet aan het moment in de week, maar aan het weer.

Veel van de recreanten en/of gasten zijn van buitenlandse komaf en bijna alle ondernemingen geven aan met internationale gasten van over de hele wereld te maken te hebben. Waar ondernemingen in de sector Sport & Spel maar met een klein aantal internationale gasten te maken heeft (rond de 10%), hebben ondernemingen zoals De Bodega en Slok te maken met meer dan 80% aan internationale gasten. Sommige ondernemers kunnen deze variëteit aan nationaliteiten waarderen, maar er wordt door een aantal ondernemers ook gewezen op het feit dat het belangrijker is dat de Nederlanders het gebied eerst leren waarderen. Enkele ondernemingen opperen om Amstelland gezamenlijk neerzetten en zodoende aantrekkelijker te maken voor buitenlanders. Het is volgens hen belangrijk duidelijk te maken wat er allemaal te beleven valt. Op dit moment komen de meeste van de recreanten in Amstelland vooral vanuit de omliggende steden en dorpen zoals Amstelveen, Abcoude, Uithoorn en Amsterdam.

Veel van de buitenlandse gasten zijn zakelijke gasten. Zakelijke gasten spelen een grote rol voor veel van de ondernemingen. Vooral ondernemingen in de overnachtingssector, zeggen veel zakelijke gasten te mogen ontvangen. Aangegeven wordt dat deze zakelijke gasten vooral doordeweeks in Amstelland te vinden zijn, waar Nederlandse gasten vaker in het weekend in Amstelland recreëren. De reden hiervoor is dat zakelijke gasten vaak op werkdagen afspraken hebben in Amsterdam, maar willen slapen in een landelijkere omgeving zoals Amstelland. Er is dan ook een duidelijke tweedeling te vinden tussen gasten die gericht van het gebied willen genieten en gasten die voor Amsterdam komen en toevallig uitweiden naar Amstelland.

Sommige ondernemingen zoals Groene Hoepel, De Ketel, De Bodega maken gebruik van het internet om te proberen nieuwe gasten aan te trekken. Daarbij maken zij ook gebruik van Social Media om te proberen de bekendheid van Amstelland te vergroten. Desondanks wordt genoemd dat Amstelland, aan de andere kant van de A2, slecht bekend is.

## 5.2 Mogelijkheden voor Amstelland

In dit onderdeel zullen er resultaten worden besproken die betrekking hebben op de mogelijkheden voor Amstelland. Allereerst zal er een toekomstvisie worden geschetst. Vervolgens zullen er bepaalde ontwikkelingen en belemmeringen worden behandeld.

### 5.2.1 Toekomstvisie

Tijdens de interviews zijn de ondernemers gevraagd naar hun visie op de toekomst wat betreft Amstelland, maar ook wat betreft hun onderneming. De link tussen deze twee visies blijkt erg sterk te zijn. Zo wordt de toekomstvisie op de onderneming vaak beïnvloed door de visie op het landschap door de ondernemer. Ook zien zij bepaalde belemmeringen die deze toekomstvisies eventueel in de weg zouden kunnen komen te staan. Deze zullen later worden besproken.

Wat betreft de toekomstvisies op de onderneming, zijn bepaalde trends te ontdekken die door meerdere ondernemers zijn genoemd. Zo klinkt er een positief geluid dat het merendeel van de ondernemingen zegt de werkzaamheden nog lange tijd voort te willen gaan zetten. Twee horeca ondernemers waren van plan niet veel langer als onderneming actief te zijn maar alle andere ondernemers willen hun onderneming voortzetten en of uitbreiden en voelen zich soms zelf beperkt in de mogelijkheden tot uitbreiding. Vanuit alle sectoren wordt genoemd dat het aantrekken van meerdere nieuwe gasten één van de hoofddoelen zal zijn voor de komende tijd. Ondanks dat de ondernemers de wil hebben om hun onderneming voort te zetten en verder te ontwikkelen, voelen zij onzekerheid of dit mogelijk zal zijn in de toekomst. Om meerdere gasten aan te trekken of op andere vlakken verder te ontwikkelen, is het uitbreiden van de onderneming namelijk vaak noodzaak. Aangegeven wordt, dat dat voorsnog zeer moeilijk wordt gemaakt door verschillende instanties (bv. gemeenten en de provincie). Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan bouwvergunningen of het (ver)krijgen van stukken land.

Bijna alle ondernemers zijn eenstemmig wat betreft hun toekomstvisie op het landschap. Zo heerst er angst voor bebouwing en versnippering. Voorbeelden die worden gegeven door ondernemers uit alle sectoren zijn bijvoorbeeld angst voor het bouwen van wegen, overlast van geluid en het verdwijnen van natuurgebieden zoals weidevogel gebieden. Enkele ondernemingen uitten ook hun onvrede op de manier waarop dit gebeurt. Zo hebben zij het idee dat dit gedaan wordt zonder huidige ondernemers en inwoners goed in te lichten. Daarnaast zijn er ook ondernemers die verwachtten dat het gebied zal blijven zoals het op dit moment is. SBA wordt door hen gezien als een stichting die hier zorg voor zal dragen.

Het blijkt dat een positievere kijk op het landschap over het algemeen gelinkt is met een positieve toekomstvisie op de onderneming. Slechte toekomstvisies worden vaak veroorzaakt door de angst voor een afname van de landschapskwaliteit.

### 5.2.2 Afname Kwaliteit

Er heerst op dit moment angst dat de kwaliteit van het landschap in Amstelland af zal gaan nemen. Om in te schatten wat de gevolgen hiervan zullen zijn, is aan de ondernemers gevraagd hoeveel verandering zij binnen hun onderneming verwachten.

Bij afname van de kwaliteit van het landschap, verschilt het sterk per sector en onderneming wat de te verwachten gevolgen hiervan zullen zijn. Sectoren en ondernemingen die aangaven het gevoel te hebben minder afhankelijk te zijn van het landschap, verwachten minder tot geen achteruitgang in klandizie wanneer de kwaliteit van het landschap achteruit gaat. Echter, landschapsafhankelijke ondernemingen zoals hotels en multifunctionele boeren, verwachten grote gevolgen wanneer de kwaliteit van het landschap achteruit zal gaan (bijvoorbeeld door nieuwe bebouwing en geluidsoverlast). Er is hierbij vooral angst voor aanleg van nieuwe wijken en het ontnemen van grote stukken land en daarmee het uitzicht in nog niet bebouwde gebieden. Naast de angst voor bebouwing wordt zelfs genoemd dat afname van de kwaliteit van het landschap "dodelijk" (Boerderij Lindemans) zou kunnen zijn en dat ondernemers hierdoor zelfs de onderneming zouden willen sluiten en zullen verdwijnen uit Amstelland.

Daarnaast is er ook een verschil te merken tussen ondernemingen in de dorpen en in het

buitengebied. Ondernemingen in het buitengebied, geven vaker aan dat afname van de kwaliteit van het landschap een negatieve invloed zal hebben op hun onderneming. Vaak zijn dit ook de ondernemingen die aangegeven afhankelijk te zijn van het landschap. Zij bevinden zich dan ook midden in de buitengebieden en zijn hierdoor eerder afhankelijk. Ondernemingen in de dorpen zeggen hier minder van te merken en dat de recreanten dan nog steeds wel zullen blijven komen, omdat deze ondernemingen zich al in de dorpen bevinden

### 5.2.3 Belemmeringen

Naast de afname van de kwaliteit van het landschap, zien de ondernemers vele andere belemmeringen voor hun onderneming in Amstelland. Het grootste gemis dat bijna door alle ondernemers genoemd wordt is de ontoereikende infrastructuur in het gebied en ontbreken van voorzieningen buiten de dorpen. Wanneer ondernemers het hebben over de ontoereikende infrastructuur, hebben ze het vaak over de matige bereikbaarheid van het gebied. Zo wordt er gesteld dat het gebied slecht te bereiken is met het openbaar vervoer waardoor er vooral fietsers vanuit omliggende dorpen en steden komen. Daarnaast is het voor recreanten lastig om met de auto naar Amstelland te komen, vanwege onvoldoende parkeervoorzieningen. Vooral de ondernemers in de dorpen melden last te hebben van te weinig parkeergelegenheid. Deze ondernemers noemen onvoldoende parkeergelegenheid dan ook de grootste belemmering voor hun onderneming. Geopperd wordt onder andere een “groene parkeerplaats” (Het Volle Vat), en door middel hiervan geen afbreuk te doen aan de kwaliteit van het landschap, maar wel het parkeerprobleem in het gebied op te lossen. De nadruk zou hierbij worden gelegd op het behouden van het landschappelijke aanzicht, dit door het behoud van bomen en grasstroken.

Amstelland is volgens ondernemers niet alleen slecht bereikbaar over land, enkelen noemen ook de slechte bereikbaarheid over het water. Een groot deel van de ondernemers vindt het wel belangrijk dat de infrastructuur wordt verbeterd op een zo groen mogelijke manier om de kwaliteit van het landschap zo hoog mogelijk te houden. Het Druifje, Kruidig en De Bodega stellen dan ook voor om een link te maken tussen Amstelland en Amsterdam, om zo dagjes mensen op het water te trekken, zodat niet alleen privéboten Amstelland kunnen aandoen, maar ook rondvaartboten makkelijker naar Amstelland getrokken worden. Er zijn zelfs al mogelijkheden voor het aanleggen van rondvaartboten.

Naast het gebrek aan infrastructuur, wordt het gebrek aan voorzieningen vaak aangewezen als een belemmering binnen Amstelland. Met gebrek aan voorzieningen wordt voornamelijk bedoeld dat er te weinig recreatiemogelijkheden zijn voor de recreant. Een groot gemis volgens een aantal ondernemers, is een gezellig dorpsplein met terrassen. Doordat er voor de recreant weinig voorzieningen zijn, fietsen of wandelen ze alleen maar door het dorp, zonder er te stoppen en gebruik te maken van bestaande recreatievoorzieningen. Niet alleen in de dorpskernen zijn te weinig voorzieningen, ook in het buitengebied. Doordat er voor de recreanten weinig mogelijkheden zijn, worden ze niet naar de buitengebieden getrokken. Deze informatie is door de interviews met de recreanten bevestigd. Velen gaven aan dat ze de mogelijkheid misten tot het gezellig ergens een terrasje pakken of gebruik te maken van andere horeca- en recreatiemogelijkheden.

### 5.3 Samenwerking

In dit hoofdstuk worden de interviewresultaten gepresenteerd die betrekking hebben op samenwerking. De informatie is onderverdeeld in de volgende secties: type samenwerking, belangrijke partijen, SBA en verenigen. Een verduidelijkend overzicht van data kan worden gevonden in tabel 3.1.

Tabel 3.1: Overzicht van de visies van ondernemers met betrekking tot samenwerking en verenigen

	--	-	-/+	+	++
<b>Samenwerken</b>		Lindemans Slok	In Motion Het volle vat Kleurrijk	Populier Gisting Goedvolk De penseel De Bodega 't Krat Het Druifje De Ketel Vitaal Groene Hoepel	Kruidig
<b>Verenigen</b>	Kleurrijk	Het Volle Vat	De Penseel In Motion 't Krat	Populier Goedvolk De Ketel Lindemans Het Druifje Kruidig	De Bodega

#### 5.3.1 Type Samenwerking

In de interviews zijn de ondernemers gevraagd naar 'samenwerking'. Hierin schetsten zij de huidige situatie omtrent samenwerking, het type samenwerking, relatie met andere ondernemingen en hun visie op toekomstige samenwerking.

Allereerst zal het perspectief van de ondernemer op de huidige situatie worden verhelderd. Er was sprake van grote variatie in de antwoorden die zijn ontvangen. Twee horecaondernemers (Het Druifje + De Gisting) noemen de financiële crisis als oorzaak van een verminderde samenwerking. Zij spreken van "eilandjes", welke worden veroorzaakt doordat, vooral bij jonge ondernemers, "het water tot aan de lippen staat" ('t Druifje). Daartegenover zijn er ook meerdere horecaondernemers die spreken over een nauw samenwerkingsverband. Als voorbeeld worden vaak de horeca- en winkeliersverenigingen in Ouderkerk genoemd. Een geruime meerderheid ziet wel direct een noodzaak om samenwerking te intensiveren en uit te breiden: "er moet meer", noemen horecaondernemers Bodega en Kruidig. Uit de interviews blijkt dat samenwerking onder recreatie-ondernemers voor het grootste deel kan worden getypeerd als een-op-een samenwerking. Negen ondernemingen uit verschillende sectoren noemen een-op-een samenwerkingsverbanden met andere ondernemers, waaronder het leveren van elkaars producten en het verwijzen naar andere ondernemingen. Ook zijn er vijf ondernemers die de huidige samenwerkingsverbanden typeren als het organiseren van gezamenlijke activiteiten en 'evenementen'. Deze manier van samenwerking omschrijven kwam exclusief uit de horeca sector.

De ondernemers omschrijven hun relatie met andere ondernemingen op diverse manieren. Hoewel het concurrentie-aspect vaak wordt genoemd, spreekt men vooral over kansen en mogelijkheden. Concurrentie wordt vooral gebruikt om aan te duiden dat dat iets is waartegen ondernemers zich af willen zetten. Treffende voorbeelden komen van De Bodega: "we moeten elkaar niet als concurrent zien, maar als collega's", In Motion: "misschien toch als elkaars concurrent, maar samen kunnen we versterken" en Kruidig: "mensen zien al snel concurrentie maar we moeten het samen doen". Als voorbeeld benoemt laatstgenoemde het opleveren van zijn terras. In eerste instantie was de nabijgelegen organisatie niet blij, maar nadat hij in reactie ook een terras

had gelegd, werd de straat een trekpleister voor recreanten en zijn beide ondernemers er sterk op vooruit gegaan. Hoewel Groene Hoepel aankaart dat de doelgroep van de andere ondernemers van zijn doelgroep (Amsterdam) afwijkt, noemen andere partijen dat “de neuzen voornamelijk dezelfde kant op staan”; want zögezegd: “iedereen wil mensen trekken”.

Niet iedereen staat direct open voor gebiedsbrede samenwerking. Horecaondernemers Het Volle Vat en Slok spreken duidelijk uit dat zij hier onvoldoende tijd voor en interesse in hebben. Vitaal, De Ketel, ‘t Krat en Het Druifje staan er allen voor open, maar benadrukken wel enkele voorwaarden. Zo melden zij o.a. dat het om win-win situaties moet gaan waarin de investering zich terugbetaald én dat de manier van samenwerken een praktische insteek moet hebben. De Bodega, De Gisting, Kruidig en Groene Hoepel melden dat zij de noodzaak inzien van samenwerking en dat zij hier erg open voor staan. In Motion ziet vanwege een vol klantenbestand niet direct een voordeel, maar zou toch graag aan bredere samenwerking willen deelnemen. Aanvullend is de visie van recreatie-ondernemers op toekomstige samenwerking verkend. Boerderij Populier, In Motion en Kruidig zien voor toekomstige samenwerking een grote rol weggelegd voor netwerken. Het doel hiervan zou zijn dat de ondernemers elkaar en elkaars onderneming leren kennen. Er is vanuit hen eerst een behoefte aan overzicht voordat er samenwerkingsmogelijkheden kunnen worden gezien. De Gisting, Boerderij Goedvolk, De Penseel en In Motion prioriteren het gezamenlijk organiseren van evenementen binnen toekomstige samenwerking. Kruidig en Het Druifje willen in toekomstige samenwerking aandacht voor het bedenken van arrangementen. Hiermee moeten volgens hen recreanten worden getrokken, expliciet uit de stedelijke omgeving. ‘t Krat en Groene Hoepel sluiten zich aan bij laatstgenoemde, en leggen voor samenwerking de nadruk op het trekken van recreanten. De ondernemers van Groene Hoepel, Kruidig en Het Druifje benadrukken dat er een sterkere focus op Amsterdam moet worden ontwikkeld; “we moeten niet vergeten dat ons geld toch uit Amsterdam moet komen”.

### 5.3.2 Belangrijke partijen

De recreatie-ondernemers is ook gevraagd welke partijen van belang zijn voor samenwerking t.b.v. Amstelland. Allereerst kunnen wij opmerken dat er een breed scala aan partijen wordt genoemd. Waar sommige respondenten slechts sectoren noemde, waren andere zeer concreet. Het grote aantal partijen dat genoemd werd, geeft, naast een verschil in visie, wellicht ook een gebrek weer. Er wordt niet op terugkerende basis één centrale partij genoemd die een sleutelrol zou kunnen spelen in samenwerking binnen het gebied. SBA werd slechts door één partij vernoemd wanneer er gevraagd werd naar belangrijke partijen voor gebiedssamenwerking.

De meest genoemde groep voor samenwerking is de horeca. Deze worden echter enkel door actoren uit dezelfde sector, de horeca, onderschreven als belangrijke partij voor samenwerking. De boeren, kunstenaars en sportondernemingen schrijven hen geen belangrijke rol toe, en noemen eerder overheidsinstanties, boeren en groene organisaties als sleutelspelers.

De op één na meest belangrijke partij is de gemeente. Deze wordt door veel ondernemers een faciliterende rol toegewezen. Zo opperen horeca ondernemer Kruidig en Het Druifje dat de gemeente de verantwoordelijkheid heeft om de economie “borrelend te houden” en te “voorkomen dat het een ingeslapen gebied wordt”. De gemeente dient hiertoe ruimte te creëren voor nieuwe verdienmodellen passend bij “recreatie 2.0”. Er wordt dus door enkele ondernemers gepleit voor een versoepeling van de regels. Ook wordt de gemeente verantwoordelijk gehouden voor de bezoekerswaarde van het gebied én de infrastructuur binnen Amstelland.

De laatste categorie die onze aandacht verdient zijn de boeren. Aangezien het grootste deel van het oppervlak en karakter wordt bepaald door boerenbedrijven spelen zij automatisch een belangrijke rol in het gebied. Wanneer gevraagd werd naar belangrijke partijen t.b.v. samenwerking, werden zij slechts in beperkte mate genoemd. Horeca ondernemers wijzen de boeren voornamelijk een faciliterende rol toe. Graag zien zij dat de boerenbedrijven en hun weilanden meer opengesteld worden voor recreanten, o.a. door middel van wandelpaden. Hiermee ontstaat er meer plek voor beleving van het gebied, beargumenteren de horeca ondernemers.

### 5.3.3 Bekendheid van SBA onder ondernemers

Stichting Beschermers Amstelland (SBA) is vaak niet bekend onder de ondernemers. Veel ondernemers hebben wel van de stichting gehoord maar weten niet wat de stichting precies doet of wat haar belangen zijn “waar ik lid van ben, wat is dat dan?”. Slechts twee partijen noemde concrete acties van SBA, te weten: een boomplantactie (onderdeel van een Erf-project) én een wandelpad. De stichting wordt voornamelijk genoemd in relatie tot de Amsteldag en de Paasactie, maar doelstellingen van de stichting zijn vaak niet bekend. De Paasactie wordt door een aantal ondernemingen als een positief initiatief genoemd. Zo geeft een ondernemer in de sport sector aan: “het is goed dat mensen het gebied leren kennen, waarderen en uitgenodigd worden én kijken wat er verder in het gebied speelt”. Toch geeft een horeca ondernemer aan: “Ik vind het heel lief dat ze dat doen maar ik denk niet dat je het daar mee redt om versnippering tegen te gaan”.

Er worden zowel positieve als negatieve opmerkingen over SBA verteld. Wel blijkt dat ondernemers die niet erg bekend zijn met SBA, de stichting voornamelijk zien als een kleinschalige, minder professionele stichting welke zich focust op het groen. Er zou in de ogen van deze ondernemers meer aandacht moeten worden besteed aan het benutten van de potentie voor recreanten uit Amsterdam. In die gevallen wordt naar de stichting gerefereerd als: “een beetje te kleinschalig, kneuterig, te dorps zonder echt iets te bereiken”. SBA wordt door deze ondernemers gezien als een stichting die zich te veel op Ouderkerk oriënteert en zich onvoldoende richt op het hele gebied en mogelijkheden die er zijn om recreatie te ontwikkelen vanuit de omliggende steden.

De ondernemers die beter op de hoogte zijn van de doelstellingen van SBA zijn beter te spreken over de stichting “ja geweldig! Ik ben ook lid van SBA, ik ondersteun waar ik kan”. En geven aan dat zij meer mogelijkheden zien in het promoten van het gebied en dat hier een functie voor SBA is weggelegd.

### 5.3.4 Interesse in verenigen

Wanneer de ondernemers werd gevraagd naar hun interesse in een ondernemersvereniging voor Amstelland gaven zij een diverse respons. Vanuit de geïnterviewde uit de kunstsector is er geen interesse in lidmaatschap van zo’n vereniging. Ook uitten zij twijfel over het nut en noodzaak voor andere type ondernemers. Deze respondenten geven aan dat hun houding ten opzichte van deelname aan een ondernemersvereniging deels wordt bepaald door hun leeftijd en de afbouwende fase in de onderneming. Vier ondernemingen zien direct een grote meerwaarde in een ondernemersvereniging voor Amstelland, en willen hier ook graag aan deelnemen. Het Druifje en Horecaonderneming Kruidig geven aan dat er al sterke samenwerking bestaat binnen Ouderkerk. Zij noemen de volgende twee mogelijkheden voor samenwerking op grotere schaal; respectievelijk, het verbinden van Ouderkerkse ondernemingen met de boeren- en andere ondernemingen in het buitengebied én het verbinden van verschillende ondernemersverenigingen (bijvoorbeeld met Uithoorn). Ook In Motion en De Bodega geven aan dat zij zeker een rol zouden willen spelen binnen zo’n vereniging, want “een eenling is niks”. Deze vier ondernemingen opperen de volgende doelstellingen voor de vereniging: het bespreken van vraag en aanbod, het op de kaart zetten van Amstelland voor communicatie met beleidsmakers, het stimuleren van samenwerking tussen ondernemers, en het ontwikkelen van een oriëntatie richting Amsterdam. Met betrekking tot de organisatie van zo’n vereniging wordt er door Het Druifje en De Bodega opgemerkt dat er frequent, bijvoorbeeld “minstens één keer per kwartaal”, bijeen moest worden gekomen wil er enig succes worden behaald. Boerderij Populier is een interessante aanvulling op deze groep. Deze ondernemer gaf aan dat hij alleen interesse had om later in te stappen. De brainstorm fase, “al dat denken zonder dat het ergens toe leid” heeft hij vaak genoeg gedaan en dat slaat hij graag over. Boerderij Lindemans en Boerderij Goedvolk geven aan zelf geen belang te hebben bij zo’n vereniging, maar zien wel een groot nut voor andere ondernemers. Het Volle Vat en ‘t Krat zijn onzeker over hun interesse in- en belang bij een ondernemersvereniging voor Amstelland. Er wordt in hun ogen al veel samengewerkt binnen de horeca en onder winkeliers. Ook wordt de website [ontdekamstelland.nl](http://ontdekamstelland.nl) door Boerderij Lindemans al in enige mate als een vereniging gezien. Deelname aan een extra

vereniging zal een afweging worden met voor- en nadelen welke afhangen van de doelstellingen van de vereniging.

## 6 Conclusie

Over het algemeen wordt het landschap sterk gewaardeerd door de ondernemers. Het zij vanwege het open landschap, de vergezichten, de historische lading of de verbintenis met Amsterdam. De ondernemingen, met uitzondering van de sectoren Kunst en Sport&Spel, geven aan erg afhankelijk te zijn van recreanten die naar het gebied worden getrokken. Deze afhankelijkheid van de recreatie sector betekent echter ook dat de ondernemers sterk seizoensgebonden zijn. Recreanten in Amstelland komen uit de omliggende steden maar een groot deel zijn ook internationale toeristen. In het weekend zijn er meer recreatieve gasten die voor Amstelland komen terwijl er doordeweeks ook meer zakelijke gasten Amstelland gebruiken als toevluchtsoord voor overnachtingen en diners. De ondernemers zien vaak nog mogelijkheden tot het uitbreiden van de recreatie-sector en een toename in omzet. Ondernemers zijn over het algemeen begaan met het gebied maar ondernemingen in Ouderkerk zelf voelen zich soms minder afhankelijk van de kwaliteit van het landschap. De overige ondernemers gaven aan zich zorgen te maken over de onderneming bij een scenario waar het landschap flink achteruit zou gaan.

Voor verbeteringen in Amstelland worden vooral verbeteringen voor de infrastructuur en promotie van het gebied voor recreatie vanuit Amsterdam genoemd. Infrastructureel zien ondernemers een beperking in de bereikbaarheid via het openbaar vervoer en parkeergelegenheden voor bezoekers met de auto. Ook wordt de Amstel niet door rondvaart boten gebruikt als verbindingsweg tussen Amsterdam en Ouderkerk. Daarnaast is er volgens sommige ondernemers onvoldoende gezelligheid in Ouderkerk en te weinig recreatie mogelijkheden in het buiten gebied. Recreanten worden hierdoor niet voldoende naar Ouderkerk en het buitengebied getrokken en wandelen of fietsen nu door het gebied zonder te stoppen of van de faciliteiten gebruik te maken. De ondernemers waren het er unaniem over eens dat de steden rondom Amstelland mogelijkheden bieden tot een toename in recreanten, die nog beter benut kunnen worden.

Op basis van de ontvangen informatie over samenwerking kan het volgende worden geconcludeerd. Horeca ondernemingen zijn momenteel bezig met samenwerking in de vorm van gezamenlijke activiteiten én een-op-een uitwisseling van producten en diensten. Voor toekomstige samenwerking hopen zij en andere grote ondernemingen deze focus te behouden met als doel het trekken van meer recreanten voor economische doeleinden. Andere type ondernemingen noemen bij huidige samenwerkingsvormen daarentegen voornamelijk 1-op-1 samenwerkingsverbanden. In toekomstige samenwerking zouden zij graag meer netwerkactiviteiten ondernemen om een-op-een samenwerking te ontwikkelen, hierbij staan economische doeleinden niet altijd op de eerste plaats. Bijna alle recreatie-ondernemers zien het nut van een uitbreiding en opschaling van deze en eventueel andere samenwerking. Concurrentie wordt vooral gebruikt als een typologie waartegen men zich af wil zetten. De neuzen staan hierin de zelfde kant op, er heerst bij een overgroot deel van de ondernemers een gevoel dat ze het samen moeten doen. Enkele terugkerende thema's voor toekomstige samenwerking zijn een focus op Amsterdam en win-win situaties.

Voor toekomstige samenwerking wordt de gemeente een prominente rol toebedeeld. Zij dienen ruimte te maken voor nieuwe verdienmodellen en te investeren in de infrastructuur van het gebied. De boeren wordt hiernaast verzocht om (natuur)beleving te faciliteren door middel van het openstellen van weilanden en het erf voor bezoekers. Het feit dat horeca ondernemers vooral andere horecaondernemers als belangrijke samenwerkingspartners zien, kan problemen veroorzaken wanneer men streeft naar gebiedsbrede-, intersectorale samenwerking.

Er zijn diverse perspectieven op SBA. Ondernemers die niet erg bekend zijn met SBA zien de stichting voornamelijk als een kleinschalige, minder professionele stichting met een focus op het groen. Mede door dit imago staan deze ondernemers vrij terughoudend tegenover samenwerking met deze organisatie. Mensen die de stichting wel kennen zien een rol voor hen weggelegd in de



promotie van het gebied, specifiek richting de directe stedelijke omgeving.

De horecaondernemingen noemen als mogelijke samenwerkingsverbanden het verbinden van Ouderkerkse ondernemingen met de boeren- en andere ondernemingen in het buitengebied én het verbinden van verschillende ondernemersverenigingen (bijvoorbeeld met Uithoorn).

Bijna alle ondernemers zien een meerwaarde in een ondernemersvereniging ter ontwikkeling en promotie van de recreatiesector in Amstelland. Een groot deel van de ondernemers geeft aan onderdeel uit te willen maken van zo'n vereniging. Voor deze vereniging identificeren zij vier doelstellingen: het bespreken van vraag en aanbod, het op de kaart zetten van Amstelland voor communicatie met beleidsmakers, het stimuleren van samenwerking tussen ondernemers, en het ontwikkelen van een oriëntatie richting Amsterdam.

## 7 Advies

Op basis van onze gezamenlijke impressies en analyse komen wij tot het volgende advies:

De ondernemers binnen het gebied zijn zich bewust van de waarde van het landschap en de mogelijkheden die samenwerking te bieden heeft voor het economisch welzijn van de ondernemers. Over het algemeen is er inzicht dat elkaar zien als concurrent, niet bijdraagt aan de ontwikkeling van het gebied. Er dient ingespeeld te worden op de overheersende welwillendheid van ondernemers rondom samenwerking. Hoewel de meeste ondernemers erg drukbezet zijn, gaf een meerderheid aan bereid zijn tot verdere samenwerking. Wij zien mogelijkheden om workshops en bijeenkomsten te organiseren, waarbij men gezamenlijk nadenkt over mogelijke ontwikkelingen. In deze workshop/bijeenkomst behoeft de facilitator een brede blik in te stellen, waarmee er rekening wordt gehouden met de perspectieven van verschillende sectoren. Hoewel dit dialoog idealiter intersectoraal plaatsvindt, zullen sterk winst-georiënteerde spelers minder graag samenwerken wanneer het gesprek over lange termijn ontwikkelingen gaat. Wij zien daarom noodzaak om laatstgenoemde groep allereerst gezamenlijk om de tafel te krijgen, middels een focus op arrangementen voor de stedelijke recreant. Voornamelijk bij de horeca ondernemingen zal dit in goede aarde vallen en kan er gerekend worden op steun vanuit deze sector. Door eerst in gesprek te gaan over promotie t.o.v. Amsterdam worden deze ondernemers gemotiveerd. Vervolgens kan deze motivatie worden gebruikt om hen ook te betrekken in het bredere, intersectorale dialoog over gebiedsbeheer en het belang van het landschap. Voor beide type bijeenkomsten is het voor ondernemers van belang dat er een professioneel plan achter ligt. Tijdens deze bijeenkomsten moet het voor de ondernemer snel duidelijk worden wat de kosten en baten van samenwerking over de lange termijn zullen zijn. Wanneer hier transparantie over is zullen ondernemers gemakkelijker een besluit kunnen vormen over verdere deelname aan de samenwerking. Verder is het wellicht effectief om deze bijeenkomsten te profileren als een product van Alterra én SBA, aangezien veel ondernemers geen ontwikkelings-gestemde bijeenkomst verwachtten wanneer deze afkomstig is van slechts SBA. Wanneer er gemikt wordt op Amstelland als een robuuste zone, waarin ook pure ondernemers samenwerken ter bevordering van het landschap, zien wij een grote rol voor SBA. De resultaten uit de interviews onderschrijven dat deze rol van SBA verstevigd kan worden wanneer zij hun imago veranderen. Hoewel het nieuwe bestuur van de organisatie een nieuwe richting is ingeslagen, is deze nog onbekend bij zeer veel ondernemers in het gebied. Wanneer SBA een centrale positie in gebiedsontwikkeling wil invullen, adviseren wij dat deze zich sterker presenteert als een stichting die ook gericht is op het creëren van een impuls voor recreatie. Momenteel heerst er bij veel ondernemers een beeld dat SBA voornamelijk groen- en agrarisch georiënteerd is, en dat het scheppen van een gunstig ondernemersklimaat niet hoog in het vaandel staat.

In de interviews wordt er niet op terugkerende basis één centrale partij genoemd die een sleutelrol zou kunnen spelen in samenwerking binnen het gebied. Wij zien voor SBA en haar ambities omtrent een vereniging, kansen om deze leegte op te vullen. Hiernaast kan SBA ook inzetten op samenwerking op het vlak van communicatie. Veel ondernemers zijn bezig met hun online profilering, o.a. middels social media. De ondernemers geven aan dat hun onderneming desondanks

bij veel omwonende onbekend is en dat zij hier graag verbetering in zien. Wij zien voor SBA een rol in het bevorderen van dialoog tussen deze ondernemers ten behoeve van het uitwisselen van digitale strategieën. Wanneer ondernemers onderling kunnen overleggen over wat voor hun werkt en wat niet, kunnen zij gezamenlijk de promotie van de voorzieningen en het gebied verbeteren.

Tot slot zouden wij graag enkele aanbevelingen doen voor vervolgonderzoek. Waar dit onderzoek zich heeft gericht op de visies en belangen van ondernemers, zien wij voor vervolgonderzoek een focus op recreanten weggelegd. Meer inzicht in de visies en gedragingen van recreanten kan duidelijkheid scheppen over de precieze knelpunten. Wordt de potentie van het gebied nog niet volledig gebruikt vanwege de gebrekkige voorzieningen of ligt het probleem bij de promotie van het gebied en haar faciliteiten. Met deze uitkomsten kan worden bepaald of de beperkte bekendheid eerst de aandacht verdient of dat de voorzieningen eerst moeten worden aangepakt. Met behulp van informatie vanuit potentiële recreanten kunnen ook de promotietechnieken van de ondernemers e.a. partijen worden geoptimaliseerd. Op basis van onze indrukken verwachtten wij dat het probleem voornamelijk bij de bekendheid van het gebied ligt, maar verder onderzoek moet dit uitwijzen.

Wanneer de resultaten van het recreanten onderzoek worden gecombineerd met het door ons verworven inzicht van ondernemers, bestaat er een goede basis om de potentie van Amstelland te benutten.

## 8 Referenties

Antrop, M. (2007). *Perspectieven op het landschap*. Academia Press.

Bolund, P., & Hunhammar, S. (1999). Ecosystem services in urban areas. *Ecological economics*, 29(2), 293 – 301.

Coeterier, J. F., & de Boer, T. A. (2001). Ruimte, rust en stilte. Beleving door burgers en indicaties voor beheer en beleid.

Hartig, T., Mitchell, R., De Vries, S., & Frumpkin, H. (2014). *Nature and Health*. Public Health, 2014.35.

Home R, Hunziker M, Bauer N. (2012) *Psychosocial outcomes as motivations for visiting nearby urban green spaces*. *Leis. Sci.* 34:350–65

Melman, T. C. P., et al. (2010) *Wat natuur de mens biedt: ecosysteemdiensten in Nederland*. Planbureau voor de Leefomgeving

Millenium Ecosystem Assessment (2005) *Ecosystems and human well-being*. Vol. 5. Washington, DC: Island Press.

Van Bommel, S., Aarts, M. N. C., & Turnhout, E. (2006). Over betrokkenheid van burgers en hun perspectieven op natuur. *Wageningen, Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu. WOt rapport*, 21

## 9 Bijlage

### Overzicht van categorieën landschapsafhankelijke bedrijven.

Type landschapsafhankelijk bedrijf	
S	Sport en Spel
B	Boerderij
M	Musea
O	Overnachting
ED	Eten en Drinken
K	Kinder
KU	Kunst
V	Vergaderlocatie
W	Wijngaard
Z	Zorg
Overig	Overig



### Inventarisatie Recreatie-ondernemers Amstelland

#	Bedrijf	Type	Gemeente	Tel.	Mail	Website
1	Boerderij Kerkzicht	B	Amstelveen	06-22272875	<a href="mailto:boerin@boerderijkerkzicht.nl">boerin@boerderijkerkzicht.nl</a>	<a href="http://www.boerderijkerkzicht.nl">www.boerderijkerkzicht.nl</a>
2	Kaasboerderij Rembrandt Hoeve	B	Amstelveen	020 6431323	<a href="mailto:rembrandthoeve@live.nl">rembrandthoeve@live.nl</a>	<a href="http://www.rembrandthoeveamsterdam.nl">www.rembrandthoeveamsterdam.nl</a>
3	Clara Maria	B	Amstelveen	+31 (0)297-582279	<a href="mailto:info@claramaria.nl">info@claramaria.nl</a>	<a href="http://www.claramaria.nl">www.claramaria.nl</a>
4	Stadsboerderij Amstelpark	B	Amsterdam	020 6441744	<a href="mailto:fo@speeltuinen-amstelpark.nl">fo@speeltuinen-amstelpark.nl</a>	<a href="http://www.speeltuinen-amstelpark.nl">www.speeltuinen-amstelpark.nl</a>
5	Zorgboerderij Klarenbeek	B/Z	Amsterdam	-	<a href="mailto:akemp@cordaan.nl">akemp@cordaan.nl</a>	Facebook: Zorgboerderij-Klarenbeek
6	Speelboerderij Elsenhove	B	Amstelveen	020 545 7166	<a href="mailto:elsenhove@amstelveen.nl">elsenhove@amstelveen.nl</a>	<a href="http://www.elsenhove.nl">www.elsenhove.nl</a>
7	Melkveehouderij Jonge Linde	B	Ouderkerk aan de Amstel	06 – 23 93 60 36	<a href="mailto:info@melkveehouderij-jongelinde.nl">info@melkveehouderij-jongelinde.nl</a>	<a href="http://www.melkveehouderij-jongelinde.nl">www.melkveehouderij-jongelinde.nl</a>
8	Kaasboerderij Schrama	B	Amstelveen	0641573703 / 0715013208	<a href="mailto:pe.schrama@planet.nl">pe.schrama@planet.nl</a>	-
9	Melktap Hogenhout	B	Ouderkerk aan de Amstel	0616531543/ 0204965609	<a href="mailto:c.hogenhout@telfort.nl">c.hogenhout@telfort.nl</a>	-
10	Boerderij van Blaaderen	B	Nes aan de Amstel	0297582614 / 0621657164	<a href="mailto:icvanblaaderen@hetnet.nl">icvanblaaderen@hetnet.nl</a>	<a href="http://www.facebook.com/melkveebedrijfvanblaaderen">www.facebook.com/melkveebedrijfvanblaaderen</a>
11	Boerderij Polderzicht	B/F/K/S	Ouderkerk aan de Amstel	020-4964080	<a href="mailto:info@boerderijpolderzicht.nl">info@boerderijpolderzicht.nl</a>	<a href="http://www.boerderijpolderzicht.nl/">http://www.boerderijpolderzicht.nl/</a>
12	Beth Haim / David Henriques de Castrofonds	Overig	Ouderkerk aan de Amstel	06 53 725 335	<a href="mailto:bethhaim@gmail.com">bethhaim@gmail.com</a>	<a href="http://www.bethhaim.nl/">http://www.bethhaim.nl/</a>
13	Boerin en de Kok	ED/V	Amstelveen	617980701	<a href="mailto:boerinenkok@gmail.com">boerinenkok@gmail.com</a>	<a href="http://www.dnls.nl/website/3097">http://www.dnls.nl/website/3097</a>
14	Thuis aan de Amstel	ED	Amsterdam	020 3547520	<a href="mailto:info@thuisaandeamstel.nl">info@thuisaandeamstel.nl</a>	<a href="http://www.thuisaandeamstel.nl">www.thuisaandeamstel.nl</a>
15	Theehuis in den Pappot (Op Elsenhove)	ED	Amstelveen	020-4724789	<a href="mailto:info@elsenhove-horeca.nl">info@elsenhove-horeca.nl</a>	<a href="http://www.elsenhove-horeca.nl/">http://www.elsenhove-horeca.nl/</a>
16	Restaurant 't Deurtje	ED	Ouderkerk aan de Amstel	020 - 496 37 32	<a href="mailto:info@deurtje.nl">info@deurtje.nl</a>	<a href="http://www.deurtje.nl/">http://www.deurtje.nl/</a>
17	Restaurant de Voetangel	ED	Ouderkerk aan de Amstel	020 4961373	<a href="mailto:info@voetangel.nl">info@voetangel.nl</a>	<a href="http://www.voetangel.nl">www.voetangel.nl</a>
18	Café de Zwarte Kat	ED	Nes aan de Amstel	0297 582332	<a href="mailto:jvdbusken@gmail.com">jvdbusken@gmail.com</a>	<a href="http://www.cafedezwartekat.nl">www.cafedezwartekat.nl</a>
19	Bakker Out	ED	Ouderkerk aan de Amstel	020 - 496 1232	<a href="mailto:info@bakkerout.nl">info@bakkerout.nl</a>	<a href="http://www.bakkerout.nl/">http://www.bakkerout.nl/</a>

Ondernemen in het groen: De visies en belangen van recreatie-ondernemers in Amstelland



20	De Stockelaer	ED	Ouderkerk aan de Amstel	0294 281383	-	-
21	Gewoon Geluk	ED	Ouderkerk aan de Amstel	-	-	<a href="http://www.gewoon-geluk.nl/home/">http://www.gewoon-geluk.nl/home/</a>
22	Restaurant Klein Kalfje	ED	Amsterdam	020 644 53 38	<a href="mailto:info@restaurantkleinkalfje.nl">info@restaurantkleinkalfje.nl</a>	<a href="http://restaurantkleinkalfje.nl/">http://restaurantkleinkalfje.nl/</a>
23	Cafe De Vrije Handel	ED	Ouderkerk aan de Amstel	(020)4961258	<a href="mailto:info@devrijehandel.nl">info@devrijehandel.nl</a>	<a href="http://www.devrijehandel.nl/">http://www.devrijehandel.nl/</a>
24	Brasserie Paardenburg	ED	Ouderkerk aan de Amstel	020 - 496 12 10	<a href="mailto:info@brasseriepaardenburg.nl">info@brasseriepaardenburg.nl</a>	<a href="http://www.brasseriepaardenburg.nl/">http://www.brasseriepaardenburg.nl/</a>
25	Cantina del Corazon	ED	Amstelveen	0297 582 205	-	<a href="http://www.cantinadelcorazon.nl/">http://www.cantinadelcorazon.nl/</a>
26	Restaurant JamievanHeije	ED	Ouderkerk aan de Amstel	+31 20 496 58 48	<a href="mailto:info@jamievanheije.nl">info@jamievanheije.nl</a>	<a href="http://www.jaimievanheije.nl/">http://www.jaimievanheije.nl/</a>
27	Loetje aan de Amstel	ED/V	Amstelveen	020 – 472 10 90	-	<a href="http://ouderkerk.loetje.com/contact/">http://ouderkerk.loetje.com/contact/</a>
28	Restaurant de Oude Smidse	ED/V	Ouderkerk aan de Amstel	020 4961262	<a href="mailto:info@deoudesmidse.nl">info@deoudesmidse.nl</a>	<a href="http://www.lekeraandeamstel.nl/">http://www.lekeraandeamstel.nl/</a>
29	Zomerbloemen pluktuin	K	Nes aan de Amstel	0297583055 / 0620434541	<a href="mailto:info@zomerbloemenpluktuin.nl">info@zomerbloemenpluktuin.nl</a>	<a href="http://www.zomerbloemenpluktuin.nl">www.zomerbloemenpluktuin.nl</a>
30	MC Keramiek	KU	Ouderkerk aan de Amstel	020–496 37 15	<a href="mailto:mckeramiek@gmail.com">mckeramiek@gmail.com</a>	<a href="http://www.moniqueclementkeramiek.nl">www.moniqueclementkeramiek.nl</a>
31	Nicole van Buuren	KU	Amstelveen	06-36256386	<a href="mailto:info@nicolevanbuuren.nl">info@nicolevanbuuren.nl</a>	<a href="http://www.nicolevanbuuren.nl/proiecten/">http://www.nicolevanbuuren.nl/proiecten/</a>
32	Atelier Conny Ostendorf	KU	Nes aan de Amstel	0297-582373	conjim.vandijk@ziggo.nl	-
33	Galerie-atelier Herman Pijnaker	KU	Amstelveen	0297-583255	sannepijnaker1801@hotmail.com	-
34	Gerarda Demarteau	KU	Amstelveen	-	gerarda.demarteau@casema.nl	<a href="http://gerarda-demarteau.exto.nl/">http://gerarda-demarteau.exto.nl/</a>
35	Atelier de Rooij	KU	Duivendrecht	-	carladerooy@upcmail.com	<a href="http://www.lacar.exto.nl/">http://www.lacar.exto.nl/</a>
36	Boerderij Bouwlust	B/O/V/Z	Nes aan de Amstel	06 16866892	<a href="mailto:info@ruimtezinbijboerderijbouwlust.nl">info@ruimtezinbijboerderijbouwlust.nl</a>	<a href="http://www.ruimtezinbijboerderijbouwlust.nl/">http://www.ruimtezinbijboerderijbouwlust.nl/</a>
37	B&B Logeren aan de Amstel	O	Nes aan de Amstel	06 54 650 390	<a href="mailto:info@logerenaandeamstel.nl">info@logerenaandeamstel.nl</a>	<a href="http://www.logerenaandeamstel.nl/">http://www.logerenaandeamstel.nl/</a>
38	Cornelly Vakantiewoningen	O	Amstelveen	06 – 20 51 24 48	<a href="mailto:info@cornelly.nl">info@cornelly.nl</a>	<a href="http://www.cornelly-vakantiewoningen.nl">www.cornelly-vakantiewoningen.nl</a>
39	Villa Oldenhoff	O/B	Abcoude	06 24684399	<a href="mailto:villa@oldenhoff.nl">villa@oldenhoff.nl</a>	<a href="http://www.villaoldenhoff.nl">www.villaoldenhoff.nl</a>
40	Bed en Bubbles Strandvliet	O	Ouderkerk aan de Amstel	020 496 5296	<a href="mailto:ah_den_boer@hotmail.com">ah_den_boer@hotmail.com</a>	<a href="http://www.strandvliet.com/">http://www.strandvliet.com/</a>
41	Koetshuis Rundervreugd	O	Ouderkerk aan de Amstel	06 5461 4461	-	<a href="http://www.amstelsuite.nl">www.amstelsuite.nl</a>
42	Huis aan 't Water	O	Ouderkerk aan de Amstel	06-28205574	<a href="mailto:robenlily@hotmail.com">robenlily@hotmail.com</a>	<a href="http://www.huisaanhetwater.com/">http://www.huisaanhetwater.com/</a>

Ondernemen in het groen: De visies en belangen van recreatie-ondernemers in Amstelland



43	Aemestellehoeve Tent en Camping	B/O	Ouderkerk aan de Amstel	31.653.344.813	info@boerententencamping.nl	<a href="http://www.boerententencamping.com/">http://www.boerententencamping.com/</a>
44	Hotel/Restaurant 't Jagershuis	O/ED	Ouderkerk aan de Amstel	020 4962020	reserveringen@jagershuis.com	<a href="http://www.jagershuis.com/">http://www.jagershuis.com/</a>
45	B&B The Waverly House	O/ED/K	Ouderkerk aan de Amstel	02975 82162	Info@Geuzingegroeneveld.nl	<a href="http://www.geuzingegroeneveld.nl/">http://www.geuzingegroeneveld.nl/</a>
46	Imkervereniging	Overig	Amstelveen	-	nbv.amstelland@gmail.com	<a href="http://www.nbvamstelland.nl/?page_id=117">http://www.nbvamstelland.nl/?page_id=117</a>
47	Stal Amstelhoeve	S	Ouderkerk aan de Amstel	06-52395519	info@stalamstelhoeve.nl	<a href="http://www.stalamstelhoeve.nl">www.stalamstelhoeve.nl</a>
48	SIOE vakantiecampen	S	Amsterdam	06-41289309	sioe@sion.nl	<a href="http://www.sioe.nl">www.sioe.nl</a>
49	Ponymanege Equito	S	Amstelveen	020 - 345 99 57	info@equito.nl	<a href="http://www.equito.nl/">http://www.equito.nl/</a>
50	WV Ouderkerkerplas	S	Ouderkerk aan de Amstel	-	info@wvop.nl	<a href="http://www.zeilclubouderkerkerplas.nl/">http://www.zeilclubouderkerkerplas.nl/</a>
51	Amstelsport	S (/V/)	Amsterdam	06-41289309	amstelsport@gmail.com	<a href="http://www.amstelsport.nl/">http://www.amstelsport.nl/</a>
52	Zwembad het Amstelbad	S	Ouderkerk aan de Amstel	020 496 1400	info@amstelbad.nl	<a href="http://www.amstelbad.nl/">http://www.amstelbad.nl/</a>
53	Golfcentrum Amsteldijk	S	Amstelveen	-	info@amsteldijk.nl	<a href="http://www.amsteldijk.nl/">http://www.amsteldijk.nl/</a>
54	Golfvereniging AMVJ	S	Amstelveen	020-3455881	info@amvj-golf.nl	<a href="http://www.amvj-golf.nl">http://www.amvj-golf.nl</a>
55	Wijngaard de Amsteltuin	W/V	Amstelveen	0653835727 / 0628597270	info@amsteltuin.nl	<a href="http://amsteltuin.nl/site/">http://amsteltuin.nl/site/</a>