Wetenschapswinkel

Bloeiend Amstelland

Hoe kan het landschap de basis zijn van een duurzame gebiedseconomie?

Judith Westerink, Raymond Schrijver, Michelle Steggerda en Desiree van der Heide

rapport 332
juli 2016

WAGENINGENUR
For quality of life

Wetenschapswinkel

Bloeiend Amstelland

Hoe kan het landschap de basis zijn van een duurzame gebiedseconomie?

Judith Westerink, Raymond Schrijver, Michelle Steggerda en Desiree van der Heide

rapport 332
juli 2016

WAGENINGENUR
For quality of life

Colofon

Titel	Bloeiend Amstelland; Hoe kan het landschap de basis zijn van een duurzame gebiedseconomie?
Trefwoorden	Stadsrandgebieden, landbouw, recreatie, toerisme, cultuurhistorie, private financiering, burgerinitiatief, samenwerking
Keywords	Peri-urban areas, agriculture, recreation, tourism, cultural history, private funding, citizen initiative, collaboration
Opdrachtgever	Stichting Beschermers Amstelland (SBA)
Projectuitvoering	Raymond Schrijver, Michelle Steggerda, Desiree van der Heide ACT studentengroep ST!P: Hidde Hofhuis, Aster van der Wal, Cindi Navarro Rodríguez, Nick Warmelink, Simone van der Leur en Ramona Laurentzen ACT studentengroep HopOn Amstelland: Imme Widdershoven, Ilario Ianni, Ileen Kok, Nurul Khalid, Fanny Olsthoorn, Saskia Kempen en Ana Gil de Oliveira
Projectcoördinatie	Judith Westerink
Financiële ondersteuning	Wageningen UR Wetenschapswinkel Advanced Metropolitan Solutions
Begeleidingscommissie	Renske Peters, Stichting Beschermers Amstelland Joost van der Kroon, Stichting Beschermers Amstelland en ANV De Amstel Wes Korrel, Stichting Beschermers Amstelland en ANV De Amstel Aletta den Boer, Bed & Bubbels Strandvliet Theo Vogelzang, Stichting Groene Hart An Greven, ANWB, consul Noord-Holland Ed Buijs, Gemeente Amsterdam Jos Gadet, Gemeente Amsterdam Gerard Straver, Wetenschapswinkel Judith Westerink, projectleider Wetenschapswinkel

Fotoverantwoording	De foto's, kaartjes en figuren zijn vervaardigd door de auteurs of de meewerkende studenten, tenzij anders aangegeven
Foto omslag	Einte Bonstra
Vormgeving	Wageningen UR, Communication Services
Druk	RICOH, 's-Hertogenbosch
Bronvermelding	Verspreiding van het rapport en overname van gedeelten eruit worden aangemoedigd, mits voorzien van deugdelijke bronvermelding
ISBN	978-94-6257-876-0
DOI	http://dx.doi.org/10.18174/387230

Bloeiend Amstelland

Hoe kan het landschap de basis zijn van een duurzame gebiedseconomie?

Rapportnummer 332

ir. J. Westerink, ing. R.A.M. Schrijver, M. Steggerda en D. van der Heide
Wageningen, juli 2016

Stichting Beschermers Amstelland

Stichting Beschermers Amstelland staat voor het behoud van Amstelland als een open en toegankelijk, vitaal agrarisch gebied met grote natuurwaarden waarin met respect voor landschap, natuur en cultuurhistorie kan worden geboerd en gerecreëerd.

Alterra Wageningen UR

Postbus 47
6700 AA Wageningen
0317-480700
Judith.westerink@wur.nl

Alterra draagt door deskundig en onafhankelijk onderzoek bij aan het realiseren van een kwalitatief hoogwaardige en duurzame groene leefomgeving en levert expertise op het gebied van het duurzaam maatschappelijk gebruik ervan.

Wageningen UR Wetenschapswinkel

Postbus 9101
6700 HB Wageningen
(0317) 48 39 08
wetenschapswinkel@wur.nl

Maatschappelijke organisaties, zoals verenigingen en belangengroepen, die niet over voldoende financiële middelen beschikken, kunnen met onderzoeksvragen terecht bij de Wageningen UR Wetenschapswinkel. Deze biedt ondersteuning bij de realisatie van onderzoeksprojecten. Aanvragen moeten aansluiten bij de werkgebieden van Wageningen UR: duurzame landbouw, voeding en gezondheid, een leefbare groene ruimte en maatschappelijke veranderingsprocessen.

Inhoud

Voorwoord	7
Samenvatting	9
Summary	13
1 Inleiding	17
1.1 Amstelland	17
1.2 Wetenschapswinkelonderzoek in opdracht van SBA	18
1.3 Onderzoeksvragen	18
1.4 Theoretische vertrekpunten	19
1.5 Aanpak	21
1.5.1 Analyse bestaande gegevens en documenten	21
1.5.2 Scenario's	21
1.5.3 Spel	21
1.5.4 Studentenonderzoek	21
1.5.5 Afbakening	22
1.6 Leeswijzer	22
2 Boerenbedrijven: producenten van het landschap	23
2.1 Economische situatie en concurrentiepositie van de landbouw in Amstelland	23
2.1.1 Typering	23
2.1.2 Trends	27
2.1.3 Concurrentiepositie	28
2.1.4 Grond en verkaveling	34
2.1.5 Perspectieven voor bedrijfsontwikkeling	35
2.2 Strategieën van boeren ten aanzien van de toekomst	35
2.3 Landbouw en landschap	37
2.4 Financiering van het landschap?	38

3	Recreanten en toeristen: gebruikers van het landschap	39
3.1	Wat Amstelland te bieden heeft	39
3.2	Cijfers over recreatie en toerisme in Amstelland	41
3.3	Voorkeuren en beleving van recreanten en toeristen	44
3.4	Bekendheid en bereikbaarheid van Amstelland	44
3.5	Invloed van recreatie en toerisme op het landschap	45
3.6	Financiering van het landschap?	46
4	Horeca- en recreatiebedrijven: intermediairs tussen producenten en gebruikers van het landschap	47
4.1	Economische situatie en concurrentiepositie van horeca- en recreatiebedrijven in en om Amstelland	47
4.2	Visie ten aanzien van het landschap en de toekomst	49
4.3	Samenwerking	49
4.3.1	Bereidheid tot samenwerking	49
4.3.2	Kort verslag spel	49
4.3.3	Arrangementen	50
4.3.4	Gezamenlijke promotie: Amstelland als merk	52
4.4	Financiering van het landschap?	53
5	Scenario's	55
5.1	Scenario 1: Sterke stad, zwakke landbouw	55
5.2	Scenario 2: Sterke stad, sterke landbouw	56
5.3	Scenario 3: Zwakke stad, zwakke landbouw	57
5.4	Scenario 4: Zwakke stad, sterke landbouw	58
6	Conclusies	59
7	Aanbevelingen	63
7.1	Advies aan SBA	63
7.1.1	Strategieën van SBA bij een onzekere toekomst	63
7.1.2	Wat kan SBA doen voor boeren in Amstelland?	63
7.1.3	Hoe kan SBA omwonenden beter betrekken?	64
7.1.4	Hoe kan SBA de gebiedseconomie helpen versterken?	64
7.1.5	Wat kan/moet SBA aan de overheid vragen?	65
7.2	Advies aan andere gebiedsactoren	65
	Bronnen	67

Voorwoord

De Stichting Beschermers Amstelland (SBA) is opgericht in 2006 en heeft tot doel om de Amstelscheg, de groene long van Amsterdam aan de zuidkant van de stad, te beschermen. De Amstelscheg steekt tot diep in de stad en het stadse groen gaat op natuurlijke wijze over in het oer-Hollandse polderlandschap. De scheggen van Amsterdam horen bij het stedelijke model van Amsterdam, vastgelegd in de jaren 30 van de vorige eeuw: het zogeheten vingerstadmodel. Tussen de rode bebouwingslobben bevinden zich groene scheggen met als doel dat de stedeling binnen een kwartier lopend of fietsend in het buitengebied kan zijn.

De groene longen spelen ook in de huidige tijd een essentiële rol voor de stedeling, die in een steeds meer verdichtende stad woont om in de nabijheid te recreëren, te sporten en een stuk rust te vinden. Ook voor het toerisme zal de scheg een bestemming worden, gezien de grote druk op de binnenstad. Dit betekent wel dat dit niet ten koste van de landschapswaarden mag gaan.

Behoud van de Amstelscheg vraagt aandacht. De dynamiek is groot in de stad en er wordt voor woningbouw al snel naar deze gebieden gekeken. Hier is SBA fel op tegen. Voorts is aandacht nodig voor het beschermen van de waarden van natuur en landschap. Ook hier is de druk groot maar hebben deze overgangsgebieden ook grote potenties.

De boeren zijn een belangrijke groep beheerders van het landschap. Beheer van natuur en landschap is niet vanzelfsprekend. SBA is van mening dat de Amstelscheg vitaal moet blijven, ook in economisch opzicht, waarbij de natuur- en landschapswaarden randvoorwaardelijk zijn.

Hoe zien de kansen er voor de toekomst uit? Voor de koersbepaling van de stichting zijn antwoorden op de volgende vragen nodig:

- Heeft de landbouwsector nog voldoende toekomstmogelijkheden?
- En de op landschap gebaseerde bedrijvigheid?
- Wat kan de rol van de gebruikers van het landschap zijn en hoe kun je die versterken?

Er was onvoldoende kennis hierover aanwezig en dit was de reden om met de Wetenschapswinkel in contact te treden. We hebben een intensief traject doorlopen inclusief een sessie waarin we met de onderzoekers en het bestuur scenario's hebben beschreven. Ook hebben we samen met de onderzoekers en met beschermers over de resultaten van het onderzoek gesproken en wat dat voor de strategie van SBA kan betekenen. Met dit rapport in de hand heeft SBA een zeer nuttige bouwsteen ontvangen. We danken de onderzoekers van Alterra UR Wageningen UR, de studenten en de Wetenschapswinkel van Wageningen UR, met cofinanciering van AMS (Amsterdam Institute for Advanced Metropolitan Solutions), voor hun zeer nuttige bijdragen.

De toekomst is niet te voorspellen - mensen nemen individuele beslissingen -, maar met dit materiaal in handen kan SBA haar koers gaan bepalen, in samenspraak met de stakeholders.

Renske Peters

Voorzitter Stichting Beschermers Amstelland (SBA)

Samenvatting

De toekomst van Amstelland is nauw verbonden met Amsterdam. Als een van de groene scheggen is het door ruimtelijke ordening gespaard voor verstedelijking, al is het inmiddels aan drie kanten omgeven door de stad. Het grootste deel van Amstelland bestaat nog steeds uit traditioneel Hollands veenweidelandschap met weilanden, water en koeien en een verbazingwekkend hoog aantal weidevogels. Het wordt door grote aantallen recreanten gewaardeerd en er wordt veel gefietst en gewandeld. Toch is de toekomst van Amstelland onzeker. De maatschappij verandert en de overheid verandert: er gaan stemmen op om te bouwen in Amstelland en om minder strikt om te gaan met ruimtelijke ordening. Daarnaast zijn ontwikkelingen in de landbouw ook niet altijd gunstig voor de kwaliteit van het landschap en is naar de toekomst toe de financiering van agrarisch natuurbeheer door de overheid niet gegarandeerd.

Stichting Beschermers Amstelland gaat ervan uit dat een gezonde economische basis voor het gebied een randvoorwaarde is voor een duurzame toekomst. Het bestuur heeft de Wetenschapswinkel van Wageningen UR verzocht om een onderzoek. Onderzoeksvragen zijn:

1. Wat zijn de toekomstmogelijkheden van de landbouwsector in Amstelland?
2. Wat zijn de toekomstmogelijkheden van landschap-gebaseerde bedrijvigheid in Amstelland, waaronder horeca- en recreatiebedrijven?
3. Hoe kan de betrokkenheid van gebruikers van het landschap vergroot worden?
4. Wat is de relatie tussen de uitkomsten van 1, 2 en 3?

Landbouw

De landbouwsector in Amstelland bestaat voor het grootste deel uit veehouders, waarvan ongeveer de helft melkveehouders. De andere veehouders hebben met name zoogkoeien, los rundvee, schapen, paarden en/of pony's. De meesten van de andere veehouders hebben in het verleden wel melkvee gehad. Het gaat vaak om een overbrugging naar het pensioen: melkvee is relatief arbeidsintensief. Melkvee is economisch gezien echter belangrijker: 80% van de omzet in de landbouw van Amstelland is verbonden aan de melkveehouderij. Melkveehouders zijn echter gemiddeld genomen kleiner dan collega's elders in het land: zowel wat betreft hectares en aantal koeien als omzet. Het aantal landbouwbedrijven in Amstelland neemt minder snel af dan landelijk en mede daardoor verloopt ook de schaalvergroting trager. Een andere reden is de ingeklemde ligging van Amstelland tussen stedelijke gebieden: hierdoor hebben boeren minder opties als het gaat om grond. Bedrijven zijn wel intensiever geworden, hoewel nog steeds minder intensief dan het landelijk gemiddelde. Boeren in Amstelland zijn gemiddeld ouder dan hun landelijke collega's. Melkveehouders in Amstelland hebben veel minder vaak een opvolger dan landelijk. In combinatie met grondprijzen die in de schaduw van de stad altijd wat hoger liggen, maakt deze relatieve kleinschaligheid de concurrentiepositie van melkveehouders op de wereldmarkt aan de zwakke kant. Mochten melkveehouders erin slagen om hun product lokaal te vermarkten en te verwaarden, is hun positie in die markt veel steviger.

Diverse agrarische ondernemers in Amstelland hebben neventakken ontwikkeld. Met name agrarisch natuurbeheer wordt door veel bedrijven gedaan (>40%). Daarnaast bieden heel wat ondernemers stalling aan en worden activiteiten ontwikkeld, o.a. op het gebied van recreatie, educatie en zorg. Alle vormen van verbreding komen in Amstelland beduidend meer voor dan gemiddeld in Nederland. Dat komt ook door de ligging nabij de stad. Daarnaast hebben vrij veel Amstellandse boeren inkomen uit een hoofd- of bijbaan buiten de landbouw. Dit gaat met name om overige veebedrijven.

Amstellandse bedrijven hebben vanwege hun ligging in stedelijk gebied een sterke concurrentiepositie voor landschap en weidevogels ten opzichte van bedrijven die buiten de stedelijke invloedssfeer liggen. Echter, de onderhandelingspositie van landbouwers in Amstelland ten opzichte van hun afnemers is zeer zwak. De ondernemers hebben geen invloed op de hoogte van vergoedingen voor landschaps- en weidevogelbeheer en dat geldt ook voor de melkprijs op de wereldmarkt.

Ondanks de matige concurrentiepositie richten veel melkveebedrijven zich toch op de wereldmarkt. Het einde van de melkquotering biedt een kans om de productie per koe te verhogen door meer

krachtvoer bij te voeren of door beter graslandmanagement. Jongere boeren en boeren met opvolger zoeken perspectief in uitbreiding. Wie richting pensioen wil afbouwen, denkt eerder aan het houden van vleesvee en aan nevenactiviteiten. Verbreding wordt niet vaak als grote kans gezien, en moet vooral niet belangrijker worden dan de landbouwtak.

Verdere schaalvergroting en intensivering zullen steeds meer op gespannen voet komen te staan met landschapskwaliteit en weidevogels. Veel zal afhangen van het tempo waarin bedrijven van stoppende boeren te koop komen en de bereidheid van de nieuwe generatie om agrarisch natuurbeheer te blijven doen. Een andere mogelijke ontwikkeling is dat stoppende bedrijven deels worden overgenomen door stedelingen.

Recreanten en toeristen

Amstelland heeft recreanten en toeristen veel te bieden: een mooi landschap met veel water en natuur, boerenbedrijven, culturele elementen, zoals molens, horeca en activiteiten. Bereikbaarheid van het gebied per fiets is goed, maar over het water kan nog veel verbeterd worden. Bezoekers van Amstelland komen vooral uit Amsterdam, Amstelveen, Ouder-Amstel en Diemen. In vergelijking met de andere groene en recreatiegebieden rondom Amsterdam wordt Amstelland goed bezocht en goed gewaardeerd. De gebieden die (iets) hoger gewaardeerd worden, zoals de duinen, liggen verder weg en zijn daardoor minder aantrekkelijk. In Amstelland wordt veel gefietst, gejojgd en gewandeld. Binnen Amstelland wordt vooral het landelijk gebied hoog gewaardeerd.

Het aantal toeristen dat naar Amstelland komt, staat nog niet in verhouding tot het aantal dat de binnenstad van Amsterdam bezoekt. Toeristen komen vooral bij de Riekermolen en de Joodse begraafplaats in Ouderkerk aan de Amstel. Kleine aantallen hebben Amstelland ontdekt als rustige uitvalsbasis voor tripjes naar Amsterdam. Ze waarderen wel het typisch Hollandse landschap, maar de meesten blijven te kort om iets in Amstelland te doen. Amstelland is nog slecht bekend onder buitenlandse toeristen en er is dan ook geen samenhangende, Engelstalige informatie te vinden in reisgidsen en op internet.

Voor recreanten en toeristen zijn er nauwelijks mogelijkheden om financieel bij te dragen aan de instandhouding van het landschap. Op hen kan nog veel meer een beroep worden gedaan, en het kan hun makkelijk worden gemaakt om bij te dragen. Horeca- en recreatiebedrijven kunnen daarin faciliteren. Zij kunnen weer geholpen worden met een verhaal en een duidelijke vraag, bijvoorbeeld ten aanzien van weidevogelbeheer.

Horeca- en recreatiebedrijven

Amstelland kent een grote diversiteit aan horeca- en recreatiebedrijven: van dure hotels tot boerencampings en lokale cafetaria's. Ouder-Amstel, dat het grootste deel van Amstelland beslaat, heeft ongeveer veertig horecaondernemingen. Ongeveer een derde richt zich op (massa)toerisme, een derde op de lokale markt, een zesde op plattelandstoerisme en een zesde op de zakelijke markt. Ondernemers zien buitenlandse toeristen, lokale recreanten en zakenmensen uit allerlei landen. In het weekend gaat het vooral om Nederlanders, terwijl zakenmensen door de week gebruikmaken van faciliteiten om te overnachten en te vergaderen. Qua toeristen en recreanten is de sector vooral afhankelijk van de zomer. We hebben geen specifieke cijfers ten aanzien van de concurrentiepositie van horeca- en recreatiebedrijven in Amstelland. In Nederland zijn het meestal kleine bedrijven met lage marges. Van hen zijn geen grote investeringen in het landschap te verwachten.

Wel hebben de Amstellandse horeca- en recreatieondernemers waardering voor het open landschap, de rust en de ruimte. De ondernemers vinden het belangrijk dat het een levend landschap is waar geboerd wordt. De ondernemers maken zich zorgen dat het landschap achteruitgaat. Ze zien een rustige groei in het aantal gasten wel zitten. Ze missen een gezamenlijke promotie van het gebied. Toch is samenwerking op dat gebied niet helemaal vanzelfsprekend: niemand wil de kar trekken en de anderen zijn toch ook concurrenten. Een aantal ondernemers overweegt meer samenwerking met partijen in Amsterdam. Samenwerking met boeren is nog nauwelijks in gang gezet. SBA is nog niet bij alle geïnterviewde ondernemers goed bekend.

Met een aantal ondernemers is een spel gespeeld om het gesprek over samenwerking op gang te brengen. Het spel maakte goed inzichtelijk wat de voordelen van samenwerking zijn bij collectieve goederen, zoals het landschap en het 'merk' Amstelland. Dit maakte deel uit van de cursus 'Gastheerschap van het landschap', georganiseerd door IVN en SBA. In deze cursus hebben ondernemers onder meer gezamenlijke arrangementen ontwikkeld. Er zijn meerdere strategieën mogelijk met betrekking tot arrangementen: plattelandstoerisme richt zich op rustzoekers, massatoerisme op groepen toeristen, en accommodatie combineert slapen in Amstelland met uitjes naar Amsterdam.

Om verschillende redenen is het belangrijk dat horeca- en recreatieondernemers, boeren en bewoners van Amstelland samen nadenken over Amstelland als merk. Ten eerste om als gemeenschap te bepalen wat je wel en niet wilt: past grootschalig massatoerisme in Amstelland? Ten tweede om het verhaal van Amstelland samen te stellen: wat heeft Amstelland te bieden, wat is er te beleven en waarom is het bijzonder? Dit verhaal is pas sterk als het authentiek is en verband houdt met de lokale mensen. Ten derde om het samen te kunnen vertellen: om afspraken te maken over gezamenlijke promotie en om de individuele promotie op te kunnen hangen aan een groter verhaal. Het netwerk dat het merk Amstelland ontwikkelt en promoot, zou deelname aan het merk kunnen koppelen aan een financiële bijdrage voor het landschap. Voor zo'n netwerk is een initiatiefnemer nodig.

Scenario's

Om mogelijke ontwikkelingsrichtingen te verkennen, en na te denken waarmee rekening te houden in strategieontwikkeling, zijn in een workshop vier scenario's uitgewerkt. Deze gingen uit van een sterke stad-zwakke landbouw, sterke stad-sterke landbouw, zwakke stad-zwakke landbouw, zwakke stad-sterke landbouw.

Conclusies

Een gerichtheid van de melkveehouderij in Amstelland op de wereldmarkt is risicovol ten aanzien van de kwaliteit van het landschap, terwijl de concurrentiepositie ten opzichte van collega's elders matig is. De concurrentie- én de onderhandelingspositie op de lokale markt voor zuivel en diensten van verbreding zijn beter, maar dat zien de meeste ondernemers vooralsnog niet als een serieuze optie. Er is veel onzekerheid over wat er gaat gebeuren met (de grond van) bedrijven die binnen nu en tien jaar gaan stoppen; dit gaat grote invloed hebben op het landschap.

Amstelland heeft veel te bieden voor recreanten en toeristen, maar er is zeker nog ruimte voor activiteiten en arrangementen. Informatievoorziening voor internationale toeristen is ver onder de maat. Er is veel winst te behalen als de Amstellandse gemeenschap zelf een merkverhaal ontwikkelt en uitdraagt.

Voor een duurzaam aantrekkelijk landschap met veel weidevogels en andere biodiversiteit is het noodzakelijk dat de boeren die deze landschapsdiensten leveren, hun kosten betaald krijgen en liefst nog iets meer. Recreanten en toeristen kan een bijdrage gevraagd worden, en ook horeca- en recreatieondernemingen kunnen gezamenlijk bijdragen. Bewoners kunnen hun betrokkenheid tonen door het kopen van lokale producten. In algemene zin is samenwerking nodig om Amstelland te laten bloeien. Daarin heeft ook de overheid een rol: publieke middelen voor landschapsbeheer en een goede ruimtelijke ordening blijven noodzakelijk.

Summary

The future of Amstelland is closely connected to Amsterdam. As one of the green 'fingers' it has been spared from urbanisation by means of spatial planning, while it is by now surrounded by the city on three sides. The main part of Amstelland still consists of traditional Dutch landscape with meadows, water, cows and an amazingly high number of meadow birds. It is appreciated by high numbers of people recreating in the area, in particular through cycling and walking. Still, the future of Amstelland is unsure. Society and government are changing: pleas have been made to be less strict in spatial planning and to build houses in Amstelland. In addition, developments in agriculture are not always favourable for landscape quality, and public financing of agri-environmental management (including meadow bird protection) is not guaranteed.

Stichting Beschermers Amstelland (SBA: a citizen initiative for the protection of Amstelland) presumes that a healthy economic base for the area is a precondition for a sustainable future. The board of SBA has requested the Science Shop of Wageningen UR to carry out a study. Research questions are:

1. What are the future options for agriculture in Amstelland?
2. What are the future options for landscape-based companies in Amstelland, including those in recreation and tourism?
3. How can engagement of users of the landscape be enhanced?
4. What is the relation between 1, 2 and 3?

Agriculture

The agricultural sector in Amstelland mainly consists of livestock farmers, of which approximately half is dairy farmer. The other livestock farmers have suckler cows, other cows sheep, horses and/ or ponies. Most of them used to have dairy cattle in the past, but because dairy farming is labour intensive, they have shifted to other livestock keeping activities as transition towards their retirement. However, dairy farming is more important in an economic sense: 80% of turnover in agriculture in Amstelland is connected to dairy farming. On average, however, dairy farms in Amstelland are smaller than the average Dutch dairy farm: in hectares, number of cows, and turnover. The number of farms in Amstelland decreases at a slower pace than the national average and as a result, farm enlargement proceeds at a slower pace as well. Another reason is the situation of Amstelland between urban areas: because of this, farmers have less options for finding additional land. Farms have become more intensive than before, although still less intensive than the national average. On average, Amstelland farmers are older than their colleagues elsewhere in the country and in Amstelland, dairy farmers less often have a successor. As they are relatively small-scale, and land prices in close proximity to the city are always higher, the competitive position of dairy farms in Amstelland on the world market is rather weak. In case that dairy farmers would manage to market their products locally, their position in that market would be much stronger.

Various farms in Amstelland have diversified. Especially meadow bird protection has been taken up (>40%), supported by the agri-environment scheme. In addition, there are farms that house caravans, do educational activities, have a camp site or a B&B, and care farms. All types of farm diversification are represented more widely in Amstelland than on average in the Netherlands. This is due to the proximity of the city. In addition, quite many farmers in Amstelland, especially the other livestock farmers, have an income from a main or a side job outside agriculture.

Compared to farms at a larger distance to the city, farmers in Amstelland have a strong competitive position on the 'market' for landscape and meadow birds. However, their position in negotiation with their 'clients' is very weak. The farmers cannot influence the level of payment for landscape management and meadow bird protection. This is also true for the price of milk on the world market. In spite of this meagre competitive position, the world market is what many dairy farms in Amstelland aim their production at. The end of the quotation of milk offers an opportunity to raise the production per animal by feeding more concentrates or through improved grassland management. Young farmers and farmers with successor seek to expand. Those wanting to work towards retirement, more often

shift towards beef cattle and diversification. Diversification is not often seen as a big opportunity, and farmers do not want the additional activities to become more important than agriculture.

Further farm enlargement and intensification will increasingly conflict with landscape quality and meadow birds. Much will depend on the pace in which farms of retiring farmers will come on the market, and the motivation of the new generation to continue with meadow bird protection and landscape management. Another possibility is that farms are partly taken over by city dwellers as lifestyle farmers.

Recreationists and tourists

Amstelland has much to offer for recreationists and tourists: a beautiful landscape with much water and nature, farms, cultural elements such as windmills, restaurants and activities. The area is well accessible by bike, but accessibility by water can still be improved. Visitors mainly come from Amsterdam, Amstelveen, Ouder-Amstel and Diemen. In comparison with other green and recreation areas around Amsterdam, Amstelland is visited often and appreciated highly. Areas that are slightly appreciated more, such as the dunes, are at a larger distance and for that reason less attractive. Amstelland is used much for cycling, jogging and walking. Within Amstelland, the 'rural' part is appreciated best.

The number of tourists visiting Amstelland is substantially lower than the number of tourists visiting the city centre of Amsterdam. In Amstelland, tourists mainly visit the Riekermolen windmill and the Jewish cemetery in Ouderkerk aan de Amstel. Small numbers have discovered Amstelland as quiet base for trips to Amsterdam. They do appreciate the typical Dutch landscape, but most of them do not stay long enough to undertake activities in Amstelland. It is poorly known to foreign tourists and no coherent information in English can be found in travel guides and on the internet.

For recreationists and tourists, there are hardly any possibilities to financially contribute to the preservation of the landscape. They can be requested to do so more articulately, and contributing could be made easy for them. Companies in the hospitality sector could facilitate that. In turn, they could be supported with a story and a clear request, for instance with respect to meadow bird protection.

Companies in the hospitality sector

Amstelland has a great diversity of companies in the hospitality sector: from expensive hotels to farm camp sites and local bistros. The municipality of Ouder-Amstel, governing the larger part of Amstelland, has approximately 40 companies in the hospitality sector. Approximately one third aims at (mass) tourism, one third at the local market, one sixth at rural tourism and one sixth at the business market. Their clients are foreign tourists, local recreationists and business people from various countries. In the weekends, most clients are Dutch, while business people make use of facilities to spend the night and to have meetings during the week (Amstelland is close to Schiphol Airport). With respect to tourism and recreation, the sector depends on the summer period. We do not have specific statistics that could give an insight into the competitive position of the hospitality sector in Amstelland. However, on the national average, most of those companies are small and have low margins. Of such companies, large investments into the landscape are not to be expected.

Nevertheless, the hospitality entrepreneurs in Amstelland do appreciate the open landscape, the space and quiet. It is important to them that it is a living, farmed landscape but they are concerned about landscape deterioration. The entrepreneurs would welcome a slow growth of the number of their guests. They miss a joint promotion of the area. Collaboration is however not self-evident: nobody wants to take initiative and they see each other not only as partners but also as competitors. Some entrepreneurs consider to cooperate more with parties in Amsterdam. Cooperation with farmers in Amstelland is still hardly done and SBA is not well-known to all interviewed entrepreneurs.

We played a game with a number of hospitality entrepreneurs in order to start a conversation about collaboration. The game gave a clear insight into the advantages of collaboration in the case of collective goods such as the landscape and the 'brand' Amstelland. Playing the game was part of the

course 'host of the landscape', organised by IVN and SBA. The course included the development of joint packages by the entrepreneurs, combining their activities into attractive options for guests. Multiple strategies are possible with respect to such packages: rural tourism aimed at rest seekers, mass tourism aimed at groups, and accommodation in Amstelland combined with trips to the city.

That companies in the hospitality sector, farmers and inhabitants of Amstelland jointly develop the brand Amstelland is important for a number of reasons. First, to establish as a community what is desirable and what not: to what extent would mass tourism be suitable? Second, to compose the Amstelland story: what does the area offer, what can be experienced and why is it special? It is a good story only when it is authentic and related to the local people. Third, to be able to tell it together: to agree on joint promotion and to embed individual promotion in the bigger story. The network developing and promoting the brand Amstelland, could consider connecting participation in the brand to a financial contribution for the landscape. To set up such a network, an initiator is needed.

Scenarios

In a workshop, four scenarios were developed to explore possible directions of evolution and to consider consequences for strategy development. Starting points for the scenario discussions were the presumptions of: a strong city with a weak agriculture, a strong city with a strong agriculture, a weak city with a weak agriculture, and a weak city with a strong agriculture.

Conclusions

The focus of dairy farming in Amstelland on the world market has risks for the quality of the landscape, while its competitive position is meagre compared to colleagues elsewhere in the Netherlands. The position for competition and negotiation on the local market for dairy and services (diversification) is better, but so far most farmers do not consider the local market as a serious option. There is much uncertainty about what will happen to (the land of) farms that will terminate until ten years from now and this will have a large impact on the landscape.

Amstelland has much to offer to guests, but there is room for additional activities and packages. Information for international tourists is very poor. Much can be gained if the community of Amstelland develops and promotes their own brand.

For a durable attractive landscape with many meadow birds and other biodiversity, it is necessary that the farmers delivering these landscape services are paid for their costs and preferable a little more. A contribution can be asked from recreationists and tourists, and also hospitality companies can be requested to contribute collectively. Inhabitants and city dwellers can demonstrate their engagement by buying local products. In general, collaboration is needed to make Amstelland flourish. Also the government has a role in this: public payments for landscape management and a good spatial planning remain necessary.

1 Inleiding

Foto: Desiree van der Heide

1.1 Amstelland

Amstelland is een veenweidegebied met een grote landschappelijke, ecologische en cultuurhistorische waarde met een grote rol voor de melkveehouderij. De invloed van Amsterdam op Amstelland is groot geweest sinds Amsterdam de voornaamste nederzetting van de regio werd. Amsterdam vormde de voornaamste afzetmarkt voor de melkveehouderij en turfstekerij, de plek voor verarmde boerenzonen om een toekomst te zoeken, de woonplaats van zowel de meeste grondeigenaren als de financiers voor het droogleggen van uitgeveende polders en bouwers van landhuizen, en de reden voor de aanleg van de Stelling van Amsterdam (Abrahamse *et al.*, 2012). Amsterdam en Amstelland omsluiten inmiddels Amstelland aan drie kanten. Dat Amstelland nog bestaat als open landschap, is te danken aan stringente ruimtelijke ordening. De stad verwacht dat Amstelland waarde levert in de vorm van natuur, landschap, recreatie, waterberging en cultuurhistorie.

Uit de Structuurvisie Amsterdam 2040 (2011, p.49):

"Nergens is de stad zo goed verbonden met het landelijk gebied als langs de Amstel. Het dichte, levendige centrumstedelijk milieu, een internationaal zakencentrum en het statige rivierlandschap in Hollandse weiden zijn hier via een klein overgangsgebied aan elkaar gekoppeld. Van alle scheggen draagt de Amstelscheg waarschijnlijk het meest bij aan het vestigingsklimaat van Amsterdam. De Amstel wordt verder ontwikkeld als verbindende ruggengraat van verschillende werelden van topkwaliteit. Een hoogwaardig programma en het uit elkaar halen van snelle en langzame verkeersstromen zijn hierbij belangrijke ingrediënten. Het culinaire centrum Ouderkerk is hierbij een centrale bestemming. Op de flanken van de Amstelscheg moet het een en ander gebeuren aan de ontwerp kwaliteit en de toegankelijkheid, zowel aan de kant Amsterdam-Zuidoost als aan de kant van Amstelland. De druk op het gebied is groot. Vooral verdichting van het stedelijk milieu rond de scheg drukt stedelijke functies het landelijke gebied in. Het gemeentebestuur is erop gericht dit tegen te houden."

De toekomst van Amstelland is, net als zijn verleden, nauw verbonden met de stad. Behoud van het gebied is echter niet vanzelfsprekend. Zo pleitte oud-wethouder van Amsterdam Duco Stadig op 9 april jl. in het Parool voor woningbouw in Amstelland. Hij noemde de driehoek ten noorden van de A9 een weinig waardevol groengebied en een goede locatie voor woningbouw gezien het grote tekort aan woningen in de regio.

Stichting Beschermers Amstelland zet zich in voor Amstelland. Door de inzet van de Beschermers, in samenwerking met andere gebiedspartijen waaronder ANV De Amstel, is Amstelland een voorbeeldgebied voor behoud van landschapskwaliteit, stad-landrelaties en agrarisch natuurbeheer (Overbeek & De Graaff 2009, 2010, Overbeek 2011). Amstelland loopt onder meer voor vanwege het uitgebreide netwerk van contacten, de promotie van het gebied en vernieuwende vormen van financiering, zoals de Streekrekening en het Landschapsfonds.

1.2 Wetenschapswinkelonderzoek in opdracht van SBA

Met betrekking tot Amstelland is al veel ontwikkeld en geschreven. Desondanks – of wellicht daardoor – bestaan bij SBA vragen met betrekking tot de toekomst. SBA gaat ervan uit dat een gezonde economische basis voor het gebied een randvoorwaarde is voor een duurzame toekomst. Het bestuur heeft de Wetenschapswinkel van Wageningen UR verzocht om een onderzoek.

Rondom het onderzoeksproject is in overleg met SBA een begeleidingscommissie gevormd. De begeleidingscommissie heeft meegedacht over het onderzoek en heeft een rol in het verder brengen van de resultaten. De begeleidingscommissie bestond uit de opdrachtgever, de coördinator van de Wetenschapswinkel en deskundigen uit het werkveld, die zowel hun kennis beschikbaar stelden als mee-leerden in het onderzoek:

- Renske Peters, Stichting Beschermers Amstelland
- Joost van der Kroon, Stichting Beschermers Amstelland en ANV De Amstel
- Wes Korrel, Stichting Beschermers Amstelland en ANV De Amstel
- Aletta den Boer, Bed & Bubbels Strandvliet
- Theo Vogelzang, Stichting Groene Hart
- An Greven, ANWB, consul Noord-Holland
- Ed Buijs, Gemeente Amsterdam
- Jos Gadet, Gemeente Amsterdam
- Gerard Straver, Wetenschapswinkel
- Judith Westerink, projectleider Wetenschapswinkel

1.3 Onderzoeksvragen

In de focus van het onderzoek is ervoor gekozen om niet de rol van de overheden bij de ontwikkeling van Amstelland als uitgangspunt te nemen. De opdrachtgever is immers een burgerorganisatie. Bovendien is het in het licht van de discussies over veranderende rollen van de overheid interessant om te kijken naar de belanghebbenden en economische processen in het gebied zelf. De onderzoeksvragen betreffen de 'producenten', 'gebruikers' en de 'intermediairs' van het landschap, die tezamen de basis vormen voor economische activiteiten van het gebied. De producenten zijn boeren en andere grondeigenaren. De gebruikers zijn met name burgers/recreanten. De intermediairs maken het landschap beleefbaar: dit zijn bijvoorbeeld musea, kunstenaars en horecabedrijven. Sommige boerenbedrijven zijn zowel producent van het landschap als intermediair en vermarkten het bijvoorbeeld met een B&B (verbreding). Binnen dit kader zijn de volgende vragen gesteld:

1. Wat zijn de toekomstmogelijkheden van de landbouwsector in Amstelland?
 - a. Wat zijn relevante trends (melkprijs, bodemdaling, verzilting, bereikbaarheid, etc.)?

-
- b. Wat is de concurrentiepositie van de melkveehouderij in Amstelland t.o.v. die in andere (veenweide)gebieden (mogelijkheden voor bedrijfsopvolging, schaalvergroting, intensivering, verbreding¹, energieproductie, etc.)?
 - c. Wie bezit de grond in Amstelland? Wat is de invloed van de grondprijs? Wat zijn mogelijkheden voor Amstellandse boeren in beheer van stadsparken, braakliggende grond en stadslandbouw?
 - d. Welke perspectieven hebben boeren in Amstelland ten aanzien van de ontwikkeling van diverse bedrijfsstrategieën (verbreding, schaalvergroting, etc.)?
 - e. Wat is de (mogelijke) landschappelijke invloed van de landbouwontwikkeling?
2. Wat zijn de toekomstmogelijkheden van landschap-gebaseerde bedrijvigheid in Amstelland, waaronder horeca- en recreatiebedrijven?
 - a. Wat zijn relevante trends (motivaties, leefstijlen, demografie, etc.)?
 - b. Wat is de concurrentiepositie van recreatieve en toeristische bedrijvigheid in Amstelland t.o.v. die in andere gebieden?
 - c. Wat is de synergie met de stad in vraag en aanbod (bijv. combineren buitenlandse toeristen binnenstad met Amstelland)?
 - d. Wat is de (mogelijke) landschappelijke invloed van deze bedrijvigheid?
 - e. Op welke manier kunnen deze bedrijven betrokken zijn bij het landschap?
 3. Hoe kan de betrokkenheid van gebruikers van het landschap vergroot worden?
 - a. Wat vragen gebruikers van het landschap?
 - b. Hoe willen recreanten bijdragen?
 4. Wat is de relatie tussen de uitkomsten van 1, 2 en 3?
 - a. Waar zitten de kansen en waar versterken belangen van de verschillende partijen elkaar?
 - b. Waar zitten tegenstrijdigheden wat betekent dat voor SBA?

Uiteraard zijn overheden en terreinbeherende organisaties ook belanghebbend in Amstelland. Zij zijn op allerlei manieren betrokken bij gebiedsprocessen, beleid en financiering en onderhoud van het landschap. Daarvoor is voldoende aandacht. Het belastinggeld van burgers en bedrijven komt voor een deel, via inkomenssteun en beheervergoedingen, terecht bij boeren in Amstelland. Deze relatie is echter zo indirect dat het geen uiting is van betrokkenheid. Dit onderzoek richtte zich op directe betrokkenheid bij het landschap en probeerde daarmee verder te gaan dan de theorie over de economische waarde van het landschap. We hoopten uit te komen op nieuwe financieringsconstructies op basis van "wie baat heeft, financiert mee".

1.4 Theoretische vertrekpunten

Denken in producenten en gebruikers van het landschap is in lijn met het concept 'landschapsdiensten' (ook wel ecosysteemdiensten genoemd, zie Schrijver en Westerink 2013). Landschapsdiensten zijn de baten die mensen hebben van het landschap. Mensen hebben op allerlei manieren baat bij het landschap: landschappen leveren voedsel, schoon water, verkoeling, ruimte om te recreëren, diversiteit van planten en dieren, inspiratie, identiteit, enzovoort. Sommige landschapsdiensten zijn goed verhandelbaar, zoals voedsel. Voor voedsel heeft zich een redelijk goed functionerende markt ontwikkeld. Andere landschapsdiensten, zoals landschapsschoon en het voorkomen van weidevogels, zijn weliswaar van grote waarde, maar niet goed verhandelbaar. De kosten van het mooi maken en mooi houden van het landschap worden niet betaald door degenen die ervan profiteren. Toch heeft een mooi landschap ook een geldelijke waarde: huizenprijzen gaan ervan omhoog en in sommige sectoren vormt een mooi landschap de basis van het verdienmodel (toerisme).

Dat degenen die kosten maken voor het leveren van landschapsdiensten daarvoor niet betaald worden, is geen duurzame situatie. In Amstelland gaat het met name om boeren. Het landschap is bijproduct van hun agrarische bedrijfsvoering. Zolang deze bedrijfsvoering de landschapsdiensten

¹ In deze studie wordt onder verbreding verstaan: alle activiteiten die het CBS in de landbouwtelling hiertoe rekent, inclusief zorglandbouw, recreatie bij de boer en verkoop aan huis. Ook het natuurbeheer in de vorm van weidevogelbeheer valt hieronder. Voor een volledige definitiestudie wordt verwezen naar Venema *et al.* (2009).

levert waar de maatschappij behoefte aan heeft, is er weinig aan de hand. De bedrijfseconomie draait immers op het voedselproduct; het landschap lift mee. Dit is echter ook een valkuil. Als de bedrijfsvoering een landschap voortbrengt dat niet de gewenste landschapsdiensten oplevert, en er kosten gemaakt moeten worden om dat wel te doen, is de afhankelijkheid van de bedrijfseconomie van het voedselproduct een prikkel om de andere landschapsdiensten niet te leveren. Anderen hebben daar last van, bijvoorbeeld bedrijven die hun verdienmodel op het landschap hebben gebaseerd en recreanten.

Het probleem lijkt makkelijk op te lossen: als degenen die baat hebben bij het landschap betalen voor landschapsdiensten, zodat de kosten van de producenten van het landschap worden gecompenseerd, ontstaat een duurzame situatie. Toch gebeurt dit niet of nauwelijks. Dit komt onder meer door 'freeriding'. Als jij zou betalen, kunnen anderen gratis meegenieten, dus waarom zou jij betalen? Je kunt freeriders niet uitsluiten van meegenieten. Dus word je zelf ook freerider.

Speltheorie houdt zich bezig met het begrijpen van gedrag van mensen, individueel en in groepsverband, en met het effect van 'spelregels'. Dit wordt ingezet in modellen of in experimenten in spelverband. Speltheorie is geïnteresseerd in hoe mensen hun individuele keuzes aanpassen bij het veranderen van spelregels, hoe die individuele keuzes een uitkomst hebben op groepsniveau, en in de invloed van samenwerking tussen individuen op die uitkomst. Op basis van speltheorie kun je zeggen, dat samenwerking nodig is tussen producenten en gebruikers van het landschap en tussen gebruikers onderling. Samen zouden zij spelregels moeten ontwerpen die freeriding ontmoedigen, en investeren in het landschap aantrekkelijk maken.

Een ander probleem is dat er veel, veelal anonieme gebruikers zijn. De traditionele oplossing is dat iedereen belasting betaalt en dat de levering van 'publieke diensten' door middel van subsidies wordt gefinancierd. In dat geval zorgt de overheid ervoor dat landschapsdiensten in voldoende mate geleverd kunnen worden. Behalve dat deze constructie de samenwerking tussen producenten en gebruikers niet stimuleert (veeleer worden passiviteit en het delegeren van verantwoordelijkheid naar de overheid bevorderd: Vigoda 2002), is de overheidsfinanciering momenteel zowel onvoldoende als onzeker. Een alternatief zou gezocht moeten worden in het vormen van collectieven van zowel producenten als gebruikers van het landschap, of misschien zelfs wel een 'boer-burgercollectief' (Schrijver en Westerink 2013, Westerink *et al.*, 2015). Zonder samenwerking blijft een mismatch bestaan tussen vraag en aanbod van landschapsdiensten.

Amstelland beschikt over een aantal organisatievormen die een duurzamere situatie voor het landschap dichterbij brengen. Stichting Beschermers Amstelland kan als een burgercollectief worden gezien. Helaas zijn ook nog heel veel burgers geen lid van SBA. Agrarische Natuurvereniging De Amstel is een collectief van boeren. Bijna alle boeren in Amstelland zijn lid. SBA en de ANV werken nauw samen, onder meer met betrekking tot het Landschapsfonds. SBA heeft samen met ANV en Landschap Noord-Holland initiatief genomen voor de oprichting van het Landschapsfonds, waaruit onder meer landschapsbeheer door boeren wordt betaald. Dit gaat vooralsnog om een bescheiden bedrag. Het fonds wordt vooral gevuld vanuit de Streekrekening van de Rabobank. De Streekrekening is er vooralsnog alleen voor bedrijven en de toekomst daarvan is onzeker. Er is nog geen geldstroom vanuit de horeca- en recreatiesector voor het landschap en de financiële bijdragen van burgers zijn nog zeer bescheiden.

1.5 Aanpak

1.5.1 Analyse bestaande gegevens en documenten

Een belangrijk deel van de onderzoeksvragen kan worden beantwoord op basis van het combineren van bestaande literatuur, datasets en prognoses. Voor de analyse van de landbouwsector in Amstelland is gebruikgemaakt van gegevens uit de Landbouwtelling en de ruimtelijke neerslag daarvan (via GIAB). Daarnaast is een aantal bestaande rapporten geraadpleegd (LTO-Noord 2013, DLG 2010).

De kwaliteit van de data over de landbouwsector is beter dan die over de horecasector. Het is voor de horecasector bijvoorbeeld niet mogelijk om gegevens goed te scheiden naar stad en land, en soms bestaan de cijfers uit schattingen. Bij het instituut AMS (Advanced Metropolitan Solutions), waar een dataplatform wordt ingericht met betrekking tot de regio Amsterdam, zijn nog geen relevante gegevens beschikbaar over de horeca- en recreatiesector.

Daarnaast is een aantal bestaande bronnen geraadpleegd ten aanzien van recreatie in Amstelland (Beekhoven en Buijs 2014, Groengebied Amstelland 2014).

1.5.2 Scenario's

Bij het nadenken over en voorbereiden op de toekomst is het echter niet voldoende om te kijken naar huidige trends, maar is het belangrijk om verschillende ontwikkelingsrichtingen te verkennen met behulp van samenhangende wat-als-verhalen. Om dergelijke verhalen te ontwikkelen, is een workshop georganiseerd met het bestuur van SBA en leden van de begeleidingscommissie.

1.5.3 Spel

Op basis van speltheorie is met horeca- en recreatieondernemers een spel gespeeld. De deelnemers zetten geld in, in de wetenschap dat het totaalbedrag wordt verdubbeld. Als voldoende geld wordt ingezet, profiteert iedereen, ook degenen die niet hebben ingezet. Als niet voldoende wordt ingezet, loopt iedereen het rendement mis. Het spel maakt het probleem van publieke goederen bespreekbaar, evenals de noodzaak om met zijn allen bij te dragen. Het laat ook zien dat samenwerking loont. Het spel maakte onderdeel uit van de cursus 'Gastheerschap van het landschap', georganiseerd door IVN en SBA.

1.5.4 Studentenonderzoek

Binnen dit project hebben vier studentenonderzoeken plaatsgevonden:

- Studentengroep ST!P heeft zich zeven weken bezig gehouden met landschapsafhankelijke bedrijven in Amstelland.
- Studentengroep HopOn Amstelland heeft zich zeven weken bezig houden met internationaal toerisme in Amstelland.
- Stagiaire Michelle Steggerda heeft vier maanden onderzoek gedaan naar bedrijfsstrategieën van boeren in Amstelland.
- Stagiaire Desiree van der Heide heeft vier maanden onderzoek gedaan naar kansen voor samenwerking binnen de 'lokale gemeenschap' en de ontwikkeling van een gebiedsidentiteit van onderop.

De studenten hebben interviews afgenomen en als participant geobserveerd. Zo is Michelle Steggerda een week op de boerderij gaan werken, is Desiree van der Heide undercover als 'toerist' op zoek gegaan naar informatie over Amstelland bij de toeristeninformatiepunten, en heeft studentengroep HopOn Amstelland een fietstocht georganiseerd voor toeristen, om onderweg met hen te kunnen praten over hun ervaringen.

1.5.5 Afbakening

In overleg met SBA en de begeleidingscommissie is besloten om een aantal groepen 'gebruikers' niet te onderzoeken: werknemers aan de Zuidas en omwonenden. Een deel van de omwonenden zijn recreanten en komen op die manier wel aan de orde. Onderzoek onder bedrijven aan de Zuidas en hun werknemers had aanvullende inzichten en ideeën kunnen opleveren over het belang van Amstelland en mogelijkheden voor duurzame financiering.

1.6 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk gaat in op de situatie van boerenbedrijven als 'producenten van het landschap'. Beschreven wordt hoe de landbouw in Amstelland ervoor staat in vergelijking met landbouw elders in het land, wat belangrijke factoren zijn die de toekomst van de landbouw beïnvloeden, en hoe boeren daar zelf strategisch tegenaan kijken. Ook wordt een relatie gelegd tussen de ontwikkelingen in de landbouw en de toekomst van het landschap, inclusief financiering.

Hoofdstuk 3 gaat in op recreanten en toeristen als gebruikers van het landschap. Wat Amstelland te bieden heeft, hoe het gebied wordt gebruikt en in hoeverre het gebied bekend en bereikbaar is, wordt in dit hoofdstuk verteld. Bovendien wordt ingegaan op de relatie tussen recreatie en toerisme en het landschap, inclusief financiering.

In hoofdstuk 4 wordt verkend in hoeverre de horeca- en recreatiesector een brug kan slaan tussen het landschap van Amstelland, de landbouw, en de beleving van de recreant en toerist. Daarvoor wordt aandacht gegeven aan samenwerking in de vorm van het ontwikkelen van arrangementen en het als gemeenschap uitwerken van het 'merk' Amstelland. Vervolgens wordt gekeken of dergelijke vormen van samenwerking kunnen helpen om het landschap in stand te houden.

Hoofdstuk 5 verkent de toekomst door het schetsen van een aantal scenario's. Deze verhalen zijn bedoeld om het voorstellingsvermogen op te rekken en om het strategisch denken over de toekomst te ondersteunen.

Hoofdstuk 6 bevat de conclusies in de vorm van antwoorden op de onderzoeksvragen. De aanbevelingen voor SBA en andere gebiedsactoren zijn opgenomen in hoofdstuk 7.

2 Boerenbedrijven: producenten van het landschap

Foto: Desiree van der Heide

2.1 Economische situatie en concurrentiepositie van de landbouw in Amstelland

2.1.1 Typering

De meeste landbouwbedrijven in Amstelland hebben hun wortels in de melkveehouderij. Het grootste deel van het gebied bestaat uit veengronden waarop niet veel anders dan gras goed gedijt. Slechts hier en daar, bijvoorbeeld langs een smalle strook aan de Amstel, komen ook kleigronden voor met ruimere mogelijkheden voor de landbouw. Er zijn in het werkgebied van de SBA in 2013 nog ongeveer 50 melkveebedrijven actief en daarnaast heeft een vergelijkbaar aantal bedrijven zich tegenwoordig toegelegd op andere takken binnen de veehouderij, bijvoorbeeld zoogkoeien of los rundvee, schapen en ook steeds meer paarden en pony's. Een flink deel van die bedrijven heeft in het verleden wel melkvee gehad, maar is daar mee gestopt. Die trend, die we ook in veel andere gebieden in Nederland aantreffen, wordt hieronder uitgebreid besproken. Tabel 1 geeft een overzicht van kenmerken van de landbouwbedrijven in Amstelland.

Tabel 1 Kengetallen landbouw in Amstelland.

	2003	2013
Aantal bedrijven	127	112
Oppervlakte /bedrijf (ha)	20,5	21,9
Gem. Leeftijd ondernemer	57,8	58,9
Type melkveehouderij	54	47
Type overig rundvee	20	15
Type schapehouderij	19	17
Type paarden en pony's	6	12
Type overige	28	21
% intensief (>= € 6.000 omzet/ha)	11	36

Tussen 2003 en 2013 is het aantal landbouwbedrijven in Amstelland veel minder snel afgenomen (12%) dan landelijk gezien het geval was (24%). Ook het aantal melkveehouders nam in Amstelland minder snel af (13%) dan landelijk (18%). Mede als gevolg hierdoor verliep de schaalvergroting traag, want was er weinig ruimte voor bedrijfsuitbreiding met grond. Van de andere optie om het bedrijf te ontwikkelen, namelijk via intensivering (meer productie per hectare), hebben ogenschijnlijk relatief veel bedrijven in Amstelland gebruikgemaakt. Het percentage bedrijven met een geschatte omzet van meer dan € 6.000/ha steeg van 11% naar 36%; meer dan een verdrievoudiging. Dit was echter ook voor een groot deel toe te schrijven aan een omzetstijging per koe, die tot uiting kwam in de landelijke normen voor melkvee bij het berekenen van de standaardomzet (SO). Een ander effect van de relatief traag verlopende schaalvergroting in Amstelland is een verdere toename van de gemiddelde leeftijd van de ondernemers naar bijna 59 jaar in 2013. De gemiddelde leeftijd van de ondernemers in Amstelland is beduidend hoger dan het landelijke gemiddelde van 55 jaar. Bij bedrijven met een 55-plusser als bedrijfshoofd is de animo voor opvolging in Amstelland veel lager dan landelijk het geval is. Bij de laatste telling in 2012 gaf slechts 12,5% van de 56 bedrijven met een bedrijfshoofd ouder dan 55 jaar aan een opvolger te hebben. Landelijk gezien had 34% van alle bedrijven een opvolger. Van de melkveehouders in Amstelland had op dat moment een derde van de oudere bedrijfshoofden een opvolger klaarstaan, tegenover landelijk bijna twee derde van de melkveehouders. Het aantal bedrijven met paarden en pony's is tussen 2003 en 2013 verdubbeld.

Figuur 1 Grondposities van Amstellandse bedrijven in en buiten Amstelland, en binnen Amstelland van bedrijven elders, in 2003.

Figuur 2 Grondposities van Amstellandse bedrijven in en buiten Amstelland, en Binnen Amstelland van bedrijven elders, in 2013.

Hoewel de melkveehouderij minder dan de helft van het totale aantal landbouwbedrijven in het gebied vertegenwoordigt, is de sector in economische omvang uitgedrukt veruit het grootst. Van de totale omzet in het gebied van circa € 15 mln. komt bijna 80% voor rekening van de melkveehouderij. Ten opzichte van het landelijke gemiddelde loopt de melkveehouderijsector in Amstelland echter beduidend achter in economische omvang. De melkveehouders in Amstelland hebben minder grond tot hun beschikking (gemiddeld 39 ha tegenover 49 ha landelijk) en zijn in 2013 ook minder intensief dan hun landelijke collega's (1,6 koeien per hectare tegenover 1,8 koeien per hectare). (Zie Tabel 2.)

Tabel 2 Kengetallen melkveehouderij.

	Amstelland		Nederland	
	2003	2013	2003	2013
Omzet €				
% in klasse < 150.000	44	23	31	11
% in klasse 150-250.000	48	28	45	25
% in klasse 250-500.000	7	47	23	51
% in klasse >= 500.000	0	2	2	13
Aantal (index 2003=100)	100	87	100	82
Bedrijfsoppervlakte (ha/bedrijf)	34	39	40	49
Aantal koeien/ bedrijf	55	64	65	88
koeien/ha	1,6	1,6	1,6	1,8

Het gebrek aan ontwikkelingsruimte voor de melkveehouders in Amstelland wordt mede veroorzaakt door de ingeklemde ligging van het gebied tussen de twee stedelijke assen Amsterdam – Amstelveen en Amsterdam – Abcoude. Alleen naar het zuiden toe liggen aangrenzende weidegebieden. Daar vinden de veehouders in het gebied ruimte voor een eventuele uitbreiding van hun bedrijf, maar het omgekeerde is ook mogelijk, namelijk dat de veehouders uit de zuidelijk gelegen gebieden grond van boeren in Amstelland gaan gebruiken. Kaartjes van de ligging van de percelen laten zien dat dit over-en-weer gebruik tussen 2003 en 2013 is afgenomen (Figuur 1 en Figuur 2). Daarnaast tonen de kaartjes dat de verkavelingsstructuur een flink aantal kleine wijzigingen heeft ondergaan. Het algemene plaatje is dat boeren in Amstelland zijn aangewezen op grond in Amstelland en daarmee weinig opties hebben.

2.1.2 Trends

Een belangrijke trend in Amstelland is de continue schaalvergroting in de landbouw, mede mogelijk gemaakt – zo niet veroorzaakt – door stoppende bedrijven. In Amstelland is die trend in de afgelopen tien jaar minder snel gegaan dan elders in Nederland. Er is zelfs een tegentrend van schaalverkleining waar te nemen, ingezet door stoppende melkveehouders die een deel van de grond hebben verkocht en zijn begonnen met vleesvee of schapen en vooral met paarden en pony's.

De landelijke ontwikkelingen met betrekking tot de melkveehouderij stonden de afgelopen jaren in het teken van de afschaffing van het melkquotum en zich daaropvolgend snel expanderende bedrijven. Aanvankelijk leken de vooruitzichten op de afzetmarkten in onder andere China en Rusland ook zo goed, dat het grotere aanbod zonder veel moeite en tegen goede prijzen kon worden afgezet. In 2015 bleek dat echter tegen te vallen. De economische groei van China vlakte af en tegen Rusland waren maatregelen getroffen, waaronder een handelsembargo, in verband met het conflict in de Oekraïne. Als gevolg werd het aanbod veel groter dan de vraag en wereldmarktprijzen zakten in. Door het afschaffen van de quotering werd de internationale zuivelmarkt volatieler met meer schommelingen in de melkprijs. Dat betekent dat melkveehouders grotere buffers nodig hebben om vooral kortetermijn-liquiditeitsproblemen te ondervangen. Investerings in melkproductie gaan gepaard met grotere risico's en vanuit dit oogpunt kan het verstandig zijn het bedrijf te verbreden met activiteiten met een stabiele inkomstenstroom.

In Amstelland was de ruimte voor melkveehouders om te groeien, zoals hiervoor al is aangestipt, beperkt. De ligging nabij dichtbevolkte woonwijken maakt van Amstelland evenwel een uitgelezen gebied voor verbrede landbouwactiviteiten. En daarin hebben veel bedrijven in Amstelland de afgelopen jaren stappen gezet. In vergelijking met Nederland – en ook in vergelijking met de provincie – hebben meer bedrijven verbrede nevenactiviteiten. Tabel 3 laat zien dat dit opgaat voor nagenoeg alle activiteiten.

Tabel 3 Percentage landbouwbedrijven met nevenactiviteiten in 2013.

Nevenactiviteit	Amstelland	Noord-Holland	Nederland
Zorgboerderij	4.5	2.1	1.3
Agrarisch natuurbeheer	40.2	15.6	10.8
Verwerking landbouwproducten	3.6	2.4	4.6
Verkoop landbouwproducten	1.8	5.1	1.5
Recreatie	8.9	5.6	4.1
Stalling goederen	16.1	6.3	4.1
Kinderopvang	0.9	0.3	0.3
Boerderij-educatie	6.3	1.8	1.2

In 2009 deden Kempenaar *et al.* (2009) onderzoek naar de multifunctionele landbouw en het landschap. Daarin werd in Nederland een afnemende trend geconstateerd van zowel het aantal bedrijven in 2007 t.o.v. 2001 als van het aantal bedrijven met nevenactiviteiten. Op landelijk niveau is het totale aantal bedrijven sinds 2007 verder verminderd (van 76.741 naar 70.076 in 2013). Het aantal bedrijven met verbrede nevenactiviteiten dat op de lijst staat in de tabel, is echter in de periode tussen 2007 en 2013 toegenomen, ook in absolute zin. Ook in Amstelland zijn bedrijven zich steeds meer gaan richten op verbreding en verduurzaming.

Behalve deze trends in de ontwikkeling van landbouwpraktijken heeft de sector in Amstelland ook te maken met de ontwikkelingen in de stedelijke omgeving, die zich uiten in verschillende claims op het gebied (DLG 2010). Het gebied is bijvoorbeeld, vooral direct langs de Amstel, in trek bij welgestelde burgers die er nieuwe landgoederen zouden willen vestigen, compleet met landhuis. Een ander voorbeeld is de druk op de infrastructuur die de recreatie teweegbrengt. Hiervan ondervinden normale landbouwpraktijken hinder. Een hinder die overigens over en weer gevoeld zal worden. De ruimte in Amstelland is dus zeer gewild en dat biedt ook kansen voor verbinding of, zoals de SBA het ook zelf ziet, als er hier geen functionele verbinding gemaakt kan worden tussen stad en platteland, dan lukt het waarschijnlijk nergens. De bestuurlijke uitdaging is evenwel complex. Aan welke voorwaarden zouden de nieuwe landgoederen moeten voldoen? Welke opties liggen er als het gaat om de verbetering van de infrastructuur?

2.1.3 Concurrentiepositie

Er bestaan diverse methoden om de concurrentiepositie van bedrijven in een sector of in een regio te bepalen. Veelgebruikt is bijvoorbeeld het vijfkrachtenmodel van Porter (Figuur 3). Hierin staat de interne concurrentie binnen een sector of regio op de afzetmarkten van producten centraal. Daarnaast wordt de invloed/macht beschreven van toeleveranciers en afnemers en van de invloed/potentiële bedreigingen van nieuwe toetreders en substituten. Het is een vrij eenvoudig kader waarin we ook de producten die voor de landbouw in Amstelland van belang zijn, kunnen plaatsen. Voor de concurrentiepositie van bedrijven is verder het vermogen om een inkomen te verwerven van belang. Dat inkomen is minimaal noodzakelijk om de kosten van het productieproces te dekken (onder andere voor de vervangingsinvesteringen in het productieapparaat en voor de beloning van arbeid). Het vermogen om een inkomen te verwerven, hangt samen met een aantal structurele kenmerken, zoals de schaalgrootte, efficiëntie in het productieproces en in het verleden gerealiseerde besparingen. Voor een aantal van die kenmerken (niet voor alle!) zijn data beschikbaar om de concurrentiekracht van de bedrijven in Amstelland te analyseren.

De belangrijkste producten voor Amstelland die we in het vijfkrachtenmodel plaatsten, zijn:

- Melk
- Vlees
- Mest
- Open veenweide landschap (inclusief bodem)
- Weidevogels
- Zorg

Figuur 3 Het vijfkrachtenmodel van Porter.

Melk

Wat de melk aangaat, concurreren ook de Amstellandse boeren vooral op de internationale zuivelmarkt. Melk is daarop een commodity, een eenheidsproduct, waarmee individuele ondernemers zich niet kwalitatief onderscheiden. Er is dus nauwelijks concurrentie op kwaliteit. Een uitzondering hierop zijn de bedrijven met huisverwerking en of -verkoop van zuivel. Deze bedrijven voegen juist op allerlei manieren kwaliteit toe aan het product. Ook op prijs is er binnen de mainstreammarkt nauwelijks onderlinge concurrentie tussen de melkveehouders. Zij zijn wat dat betreft 'price takers' en hebben niet de macht om hierop invloed uit te oefenen. Die macht ligt bij de afnemers, in eerste instantie de eigen coöperatie, maar ook verder op in de keten bij de retail. Die hele keten is nu in hoge mate geconcentreerd en individuele boerenbedrijven hebben nog maar weinig keuze wat hun afnemers betreft. Binnen de zuivelcoöperatie wordt wel gedifferentieerd naar prijs op basis van de geleverde hoeveelheid (met een kwantumtoeslag voor grote bedrijven) en loopt een discussie over verduurzaming (onder andere over een hogere beloning voor het houden van de koe in de wei). Per saldo is de positie van kleinere melkveebedrijven zwak (zie ook Schrijver en Naeff 2011). Wat betreft de toeleveranciers van bijvoorbeeld veevoer is het beeld vergelijkbaar. Ook hier is er een vrij sterke concentratie binnen de keten, waardoor de individuele boeren nauwelijks invloed hebben op de prijs van hun benodigdheden. In deze setting concurreren melkveehouders met elkaar eigenlijk alleen nog om productieruimte, oftewel grond. Daarin hebben veel melkveehouders in Amstelland een achterstand ten opzichte van collega's in andere regio's. Tabel 2 laat dat zien. Het aantal melkveebedrijven in de laagste omzetklasse is in Amstelland twee keer zo hoog als in de rest van Nederland en gemiddeld hebben de melkveebedrijven in het gebied 10 ha cultuurgrond minder tot hun beschikking dan collega's elders in het land. Nieuwe toetreders kent de sector nauwelijks, maar er zijn wel regionale verschillen in de beschikbaarheid van grond van afbouwende bedrijven. Ook in 2003 liepen de bedrijven in Amstelland al achter ten opzichte van het gemiddelde beeld in Nederland. Dat verschil is in de jaren tussen 2003 en 2013 alleen maar toegenomen.

Figuur 4 Ontwikkeling van het inkomen per hectare cultuurgrond bij melkveebedrijven naar omzet (landelijk).

Het LEI heeft de melkveehouderijbedrijven onderverdeeld in vier grootteklassen met een toenemende omzet. De kleinste bedrijven hebben daarbij een omzet van minder dan € 150.000 op jaarbasis en die van de grootste bedraagt meer dan € 500.000. De kleinste bedrijven in de steekproef van het LEI hebben een oppervlakte van circa 20 ha en de grootste meer dan 100 hectare. De bedrijven in Amstelland zijn gemiddeld krap 40 ha met een geschatte melkproductie van iets meer dan 530.000 kg. Dat komt zo ongeveer overeen met die de op een na kleinste grootteklasse die het LEI onderscheidt met een oppervlakte van bijna 40 ha. In deze categorie zijn per hectare gezien in 2013 de laagste inkomens gerealiseerd (Figuur 4). Het verschil met de grootste bedrijven bedroeg op hectarebasis ongeveer € 500. Nu was 2013 wel een extreem jaar: in veel andere jaren was het verschil kleiner. In 2009, een jaar met lage melkprijzen, verdienden de grootste bedrijven per hectare het minst. Een deel van het verschil kan worden verklaard vanuit hogere subsidies op hectarebasis voor grotere bedrijven (Figuur 5). Dat verschil verdwijnt met het nieuwe GLB-stelsel, waarbij per hectare een uniform bedrag wordt uitgekeerd. Het grootste deel van het inkomensverschil kan echter worden verklaard door de hogere melkproductie per hectare op grotere bedrijven (Figuur 6).

Figuur 6 Ontwikkeling van EU toeslagen op melkveebedrijven naar omzet.

De populariteit van zuivelproducten is in Nederland relatief hoog en redelijk stabiel (ZuivelNL, 2013) en elders, bijvoorbeeld in China, zijn zuivelproducten nog steeds in opkomst. De belangrijkste kansen en bedreigingen voor substitutie van de huidige producten in de schappen van de supermarkten moeten dan ook veeleer worden gezocht in ontwikkelingen van de huidige nichemarkten voor biologische en/of lokale afzet. De positie van de Amstellandse bedrijven in die nichemarkten is vanwege hun ligging nabij stedelijk gebied steviger dan die van gemiddelde Nederlands bedrijven. Bedrijven in de nabijheid van stedelijk gebied doen bijvoorbeeld meer aan verkoop van producten vanaf de boerderij (Kempenaar e.a. 2009).

Figuur 7 Ontwikkeling van de melkproductie per ha naar omzet van de bedrijven (Nederland).

Vlees

Voor de melkveehouders in Amstelland is vlees niet veel meer dan een bijproduct bij de productie van melk. Er is echter ook een categorie bedrijven die zich er speciaal op heeft toegelegd. In Amstelland gaat het dan om ruim 30 (overig) rundvee- en schapenbedrijven en wellicht nog enkele gemengde bedrijven. Toetreders tot deze categorie komen vaak uit de melkveehouderijsector. Het houden van vleesvee is in principe aanzienlijk minder arbeidsintensief dan melkvee. Voor veel ex-melkveehouders is dit daarom een interessante tussenstap op weg naar hun pensioen. Ondanks een lage verdien capaciteit blijft het aantal bedrijven van dit type in Nederland waarschijnlijk om die reden al decennia redelijk op peil. In 1985 telde Nederland minder dan 12.000 rundvee- en schapenbedrijven. Dat aantal groeide door naar ruim 15.500 rond de eeuwwisseling, waarna het aantal weer geleidelijk afnam naar rond 13.000 in 2013. Meer dan 90% van de rundvee- en schapenbedrijven in Amstelland heeft een omzet van minder dan € 75.000. Na aftrek van de kosten voor onder andere voer, stalling en het graslandbeheer blijft er dan niet veel over. Dit betekent dat veel van deze boeren een hoofd- of bijbaan buiten de landbouw hebben om in het levensonderhoud te voorzien en dat draagt dan weer enorm bij aan de duurzaamheid van dit type landbouwbedrijven op de korte tot middellange termijn. Die duurzaamheid wordt dan wel vaak gedragen door de persoonlijke affiniteit van de ondernemers met de landbouw tak. Of potentiële opvolgers en nieuwe 'afbouwers' eenzelfde motivatie kunnen opbrengen, is een belangrijke vraag voor het voortbestaan van dit type bedrijf op de langere termijn.

Mest

Vroeger was dierlijke mest een belangrijk product in de landbouw. Tegenwoordig is mest vooral een maatschappelijk probleem en wordt het gezien als een negatief extern effect bij het productieproces van o.a. melk en vlees. Maar de mest is nog steeds een product van het bedrijf, wat een positief effect kan hebben op bodemleven en weidevogels, mits van goede kwaliteit en met mate toegepast. (Melk)veehouders kunnen dit product binnen het eigen bedrijf benutten of al dan niet na bewerking afzetten bij collega-boeren. De afzet ervan is sterk gereguleerd door de overheid. Via deze regelgeving concurreren de bedrijven ook op deze markt met elkaar om productieruimte. Daarbij hebben extensieve bedrijven een relatief voordeel ten opzichte van intensieve waar het gaat om de kosten van de mestafzet. Die zijn immers lager voor extensieve bedrijven. Aan de andere kant kan door nieuwe regelgeving hun potentiële productieruimte ook zonder compensatie worden afgenomen, daar waar collega's elders die ruimte al hebben benut.

Open veenweidelandschap

Evenals het vlees en de mest is het open veenweide landschap een bijproduct van het productieproces van melk, dat er onlosmakelijk mee is verbonden. Het verschil met vlees is dat het bij het landschap om een collectief goed gaat, waarbij de markt faalt. De gebruikers – bijvoorbeeld recreanten – zijn nauwelijks in staat om invloed uit te oefenen op het aanbod. Er wordt hun simpelweg een landschap voorgeschoteld waarvan ze kunnen genieten, of zich eraan storen zonder mogelijkheden tot ingrijpen. In die zin is ook het landschap een extern effect van landbouw, in dit geval meestal positief. Dit betekent aan de andere kant ook dat de producenten van dit landschap – met name de boeren – een effectief mechanisme ontberen om de kosten voor bijvoorbeeld een hoger waterpeil en een hogere kwaliteit van het landschap (in de vorm van lagere landbouwopbrengsten, speciale investeringen en extra beheerinspanningen) rechtstreeks te verhalen op de consument. Evenals bij de mest hebben overheden een rol in de toelevering en afzet van dit bijproduct. De overheid kan in dit model worden gezien als de leverancier van de spelregels. (Zie ook de theoretische vertrekpunten in paragraaf 1.4.)

Met regelgeving beperkt de overheid de gebruiksmogelijkheden (bestemmingsplannen staan bijvoorbeeld alleen landbouw of natuur toe in grote delen van Amstelland) en aan de andere kant gaat de overheid ook over de infrastructuur die toegang biedt tot het landschap en over programma's waarmee de kwaliteit wordt beïnvloed. Daarnaast treedt de overheid op als plaatsvervangend afnemer van de consument bij het verstrekken van subsidies en is zij afnemer van de collectieve goederen, en kan in die rol daarom niet los worden gezien van het vijfkrachtenmodel van Porter. Overheden hebben daarin als afnemer veel 'marktmacht'. Binnen de kaders van de overheid hebben bedrijven echter een ruime bevoegdheid om naar eigen goeddunken te handelen en in aanleg hebben ze daarmee een sterke concurrentiepositie ten opzichte van de consument als afnemer.

Afhankelijk van het segment hebben consumenten weinig tot ruime alternatieven om te genieten van het landschap. Voor een dagelijks ommetje zijn veel bewoners van het aangrenzende stedelijk gebied echt aangewezen op Amstelland. Voor een langere vakantie hebben de meeste mensen ruime alternatieven.

Aan de aanbodzijde ontvangen landbouwondernemers nauwelijks enige betaling voor inspanningen die gericht zijn op verbetering van het landschap. De positie van het product 'landschap' binnen het afwegingskader van landbouwondernemingen voor de samenstelling van hun productportfolio is daardoor zeer zwak. De melkveehouders in Amstelland hebben wel een veel grotere potentiële klantenkring dan veel van hun collega's verder van stedelijk gebied, namelijk in de vorm van een pool mensen met een behoefte aan kortstondige recreatie. Zij moeten die pool dan wel kunnen aanspreken om effectief te kunnen bijdragen aan de landschappelijke kwaliteit. Dat lukt nu maar in beperkte mate. Tabel 4 geeft bijvoorbeeld een overzicht van de inkomsten die boeren in Amstelland hebben voor alle verbredingsactiviteiten samen (dus niet alleen uit landschap) en zelfs dan levert dat in de meeste gevallen maar een bescheiden bijdrage op. Betaling voor landschap is in de EU voor een heel klein stukje geregeld via de zogeheten cross-compliance, een set van vooral milieueisen waaraan landbouwers moeten voldoen om voor inkomenssteun in aanmerking te komen. Voor veehouders geldt daarbij een minimumaandeel permanent grasland, waaraan de meeste in Amstelland met gemak kunnen voldoen. Ten opzichte van een aantal andere weidegebieden in Nederland hebben de Amstellandse boeren een stringentere 'licence to operate'. Zo hebben veenweidegebieden in Friesland min of meer standaard een diepere ontwatering dan die in Noord- en Zuid-Holland.

Tabel 4 Inkomen uit verbrede landbouw in Amstelland in 2013 (bron: CBS-landbouwtelling).

Percentage uit verbreding	Aantal melkveehouders	Aantal overige bedrijven
0%	8	39
0 - 10%	25	6
10 - 30%	11	3
> 30%	3	17
Totaal	47	65

Weidevogels

Wat hierboven is gesteld voor het open veenweide landschap, gaat voor een groot gedeelte ook op voor de agrarische biodiversiteit in de vorm van bijvoorbeeld weidevogels. Het verschil is dat overheden voor dit collectief goed wel bereid zijn om in de buidel te tasten. In Amstelland is er mede daardoor een grote deelname aan het weidevogelbeheer, vooral onder melkveehouders. Bijna 80% van de melkveehouders doet aan weidevogelbeheer, tegenover 20% van de overige bedrijven. Vanuit de productportfolio van melkveebedrijven bezien, is de concurrentiepositie van dit collectief goed nog steeds zwak. Aan natuurbeheer deelnemende melkveehouders halen daar in Nederland gemiddeld circa € 5.000 per bedrijf aan opbrengsten uit (Schrijver *et al.*, 2016). Dat staat in schril contrast met de bijna € 400.000 aan totale opbrengsten van het gemiddelde melkveebedrijf in Nederland (www.agrimatie.nl). Bovendien betreft het een compensatie voor gederfde inkomsten en gemaakte kosten en geen 'verdienmodel'. De achterstand van circa € 500 per ha (bij het leveren van vergelijkbare marktproducten) voor bedrijven in Amstelland ten opzichte van grotere melkveehouders elders wordt er niet kleiner door. Slechts een enkel melkveebedrijf haalt meer dan 30% van het inkomen uit een combinatie van verbrede activiteiten waaronder het weidevogelbeheer. Van de niet-melkveebedrijven haalt ruim een kwart van de bedrijven de inkomsten voor meer dan 30% uit een combinatie van nevenactiviteiten. Het weidevogelbeheer speelt daarin een minder grote rol dan bij melkveeouders.

Zorg

Met zo veel burgers direct om de hoek biedt zorgverlening kansen voor landbouwbedrijven waar expertise op dat vlak beschikbaar is. In tegenstelling tot het landschap en de weidevogels is zorgverlening geen collectief goed. Het is juist bij uitstek privaat, omdat zorg aan individuen wordt verleend en de zorgverlener ook individuele aandacht schenkt. Toch bemoeit de overheid zich

nadrukkelijk met de sector om ervoor te zorgen dat iedereen voldoende en betaalbare zorg kan ontvangen. Zorgverlening wordt daarom gezien als een zogeheten sociaal goed. Dit heeft uiteraard gevolgen voor de marktwerking; die wordt hiermee grotendeels tenietgedaan. Zo zal de overweging om geen zorg af te nemen bij de meeste consumenten geen (of in ieder geval minder) rol meer spelen (hetgeen ook de bedoeling was). Een van de gevolgen daarvan is dat het lastig is om zorgbudgetten in toom te houden. Overheden zijn nu samen met zorgverzekeraars op zoek naar wegen om de totale kosten zo veel mogelijk binnen de perken te houden en de efficiëntie van de zorg te verbeteren. In dat speelveld zijn zorgboerderijen relatief nieuwe toetreders met een unieke propositie voor bepaalde vormen van zorgverlening.

De concurrentiepositie van de landbouw in Amstelland wat betreft deze producten is samengevat in Tabel 5. De concurrentiepositie ten opzichte van leveranciers typeren we voor alle producten als zwak. Denk bij leveranciers aan alle bedrijven die input leveren (voer, kunstmest, machines) voor het primaire productieproces. Deze bedrijven hebben niet alleen ten opzichte van de Amstellandse bedrijven relatief veel macht, het geldt hiervoor eigenlijk sectorbreed. Bij leveranciers kan verder nog gedacht worden aan grondeigenaren en aan overheden (zij leveren een licence to operate). Ook die partijen hebben tegenover de boeren in Amstelland een sterkere onderhandelingspositie. Zoals gezegd, zijn er nauwelijks nieuwe toetreders tot de landbouwsector in Amstelland, maar komt er in Amstelland relatief weinig grond beschikbaar voor uitbreiding. Daarom beoordelen we de concurrentiepositie van bedrijven in Amstelland als zwak ten opzichte van die in andere gebieden als het gaat om productie-uitbreiding van melk of vlees. Amstellandse bedrijven hebben vanwege hun ligging in stedelijk gebied juist een sterke concurrentiepositie voor een aantal collectieve goederen (mest, landschap, weidevogels en zorg) ten opzichte van bedrijven die buiten de stedelijke invloedssfeer liggen. Met uitzondering van de zorg, waar de vraag naar geschikte opvangplekken in het landelijk gebied het aanbod al snel kan overtreffen, is de onderhandelingspositie van landbouwers in Amstelland ten opzichte van hun afnemers zwak tot zeer zwak. Individuele boeren hebben bijvoorbeeld geen enkele invloed op de prijs (pakketvergoeding) van weidevogelbeheer en dat geldt ook voor de melk. Daar is hun positie zelfs als zeer zwak te bestempelen, omdat kleinere bedrijven in de reguliere markt een lagere melkprijs ontvangen dan grotere. Op het gebied van landschap is de positie als zeer zwak te bestempelen, omdat hier meestal niet eens een (in)directe verbinding bestaat tussen producent en klant. De meeste substituten voor de huidige mainstreamproducten, bijvoorbeeld biologisch geproduceerde melk en vlees, vormen geen bedreiging voor de Amstellandse boeren, integendeel: hier hebben zij relatief veel kansen. Een uitzondering is gemaakt voor mest. Een mogelijke oplossing voor het mestprobleem (bijvoorbeeld de winning van kunstmest uit dierlijke mest) kan voor de concurrentiepositie van de Amstellandse boeren nadelig uitpakken.

Tabel 5 Positie van de landbouw en -producten in Amstelland ten opzichte van het krachtenveld (-- zeer zwak, - zwak, 0 neutraal, + sterk).

Product	Leveranciers	Toetreders	Huidige concurrenten	Afnemers	Substituten
melk	-	-	-	--	+
vlees	-	-	0	-	+
mest	-	0	+	-	-
landschap	-	0	+	--	0
weidevogels	-	0	+	-	+
zorg	-	0	+	+	+

2.1.4 Grond en verkaveling

In de vorige paragrafen is duidelijk geworden dat grond en grondbeschikbaarheid een relatief groot knelpunt zijn voor de Amstellandse landbouwbedrijven. De bedrijven hebben grond nodig om de productiecapaciteit te vergroten. In Amstelland zijn vergelijkbare bedrijven gemiddeld kleiner dan in de rest van Nederland. Dat heeft tot gevolg dat de verdien capaciteit in traditionele landbouwproducten ook kleiner is. Er zijn meerdere oorzaken voor deze toestand aan te wijzen, die deze zelfs deels nog verergeren. Hiervoor is ook al geschetst dat de grond in Amstelland zeer gewild is voor allerlei

activiteiten waarachter potentiële belangenconflicten schuilgaan. Dat heeft effecten op de grondprijs (DLG 2010). Ten opzichte van collega's in andere weidegebieden in Nederland staan de veehouders in Amstelland op achterstand door de hoge waarde die de omgeving hecht aan de grond. De belangrijkste drijvende kracht voor de hoge grondprijs in de nabijheid van stedelijk gebied is een hogere verwachtingswaarde op rendement in een stedelijke aanwending van de grond (Cotteleer *et al.*, 2007). Door de hoge grondprijs in de stedelijke omgeving is het moeilijker om bedrijfsuitbreidingen te bekostigen. De gevolgen daarvan zijn hiervoor al besproken. In feite vormt de hoge grondprijs een premie om de huidige bedrijfsvoering te staken en de grond over te dragen aan het alternatief, namelijk de stadsuitbreiding. Dat is echter precies hetgeen SBA en vele anderen willen voorkomen en waarom er eerder al eens is nagedacht over een grondbank (DLG 2010). Ook al is de grondprijs op dit moment in Amstelland (door een stringenter ruimtelijk beleid) misschien wat lager en vergelijkbaar met die in andere regio's, dan nog werken de in het verleden betaalde prijzen lang door. Een hogere grondprijs leidt bij bedrijfsuitbreiding tot langdurig hogere kosten in de bedrijfsvoering en tot een lager inkomen als niet tegelijkertijd ook hogere opbrengsten worden gerealiseerd. Die zullen, zoals we hiervoor hebben gezien, in Amstelland met circa € 500 per ha omhoog moeten om concurrerend te worden met andere gebieden.

2.1.5 Perspectieven voor bedrijfsontwikkeling

Tabel 5 laat meer minnetjes zien dan plusjes. Het toekomstperspectief is voor veel landbouwbedrijven in Amstelland dan ook niet zo rooskleurig. Aan de andere kant biedt elk stoppend bedrijf ruimte voor ontwikkeling aan andere. Bedrijven die deze ontwikkelingsruimte weten te combineren met een focus op de plusjes zullen waarschijnlijk relatief de beste perspectieven bieden.

2.2 Strategieën van boeren ten aanzien van de toekomst

De toekomst van de landbouw in Amstelland wordt in belangrijke mate bepaald door de mogelijkheden en strategieën van de grondgebonden boeren (Steggerda, 2015). Steggerda bezocht zeventien grondgebonden veehouders in Amstelland en verkende samen met hen zowel de huidige strategieën als de perspectieven die deze boeren zien om hun strategie naar de toekomst toe te ontwikkelen. De resultaten van het onderzoek geven inzicht in de betekenis die bepaalde ontwikkelingen hebben voor de boeren. Op basis van verschillende beschrijvingen over de bedrijfsstrategie hebben de geïnterviewde boeren zichzelf ingedeeld in een van de vier profielen (intensief, extensief, verbreed en afbouwend) waarmee hun huidige strategie het best wordt geschetst. De boeren in de categorie afbouwend en ook een van de 'verbrede' boeren zagen zichzelf niet (meer) als professioneel melkveehouder. De perspectieven voor de toekomst komen tot stand als gevolg van interne en externe kansen en belemmeringen die door de boer worden waargenomen. Hierdoor ontstaat een speelveld van opties die door de boer in aanmerking worden genomen. De geïnterviewde boeren in het onderzoek van Steggerda hebben de volgende perspectieven voor de toekomst aangedragen: uitbreiding of afbouwen, efficiëntie en duurzaamheid, werken buiten de deur en verbreding.

Tabel 6 Profiel van door Steggerda (2015) geïnterviewde veehouders.

	1: intensief	2: extensief	3: verbreed	4: afbouwend
Aantal	3	5	4	5
Gemiddeld aantal grootvee-eenheden (GVE)	144	88	143	20
Gemiddeld aantal ha	58	44	66	16
GVE/ ha	2.46	1.92	2.28	1.06

Perspectief voor uitbreiding of voor afbouwen

Hoewel het einde van de quotering door veel melkveehouders werd gezien als een kans om uit te breiden, zijn marktmotieven niet doorslaggevend. Doorslaggevend voor bedrijfsuitbreidingen is de beschikbaarheid van een opvolger en het hebben van de juiste levensfase. De schaarste aan grond, de hoge grondprijs en milieuwetgeving (en met name Natura 2000) vormen evenwel belemmeringen voor uitbreiding. Tegenover bedrijven die willen uitbreiden, staan bedrijven met een afbouwende strategie die is ingegeven door onder meer ziekte, het bereiken van een hoge leeftijd zonder opvolging en de beperkte beschikbaarheid van arbeid. Het houden van vleesvee en nevenactiviteiten zijn voor deze bedrijven kansen voor de overbrugging naar het pensioen.

Perspectief voor efficiëntie en duurzaamheid

Efficiëntie bekijken de Amstellandse boeren vanuit productiviteit, benutting en kostenbesparing. Duurzaamheid is een breed begrip, de geïnterviewde boeren zien het vooral als het zuinig omgaan met hulpbronnen. Het einde van de melkquotering biedt een kans om de productie per koe te verhogen door meer krachtvoer bij te voeren of door beter graslandmanagement. Kringlooplandbouw of andere kennisintensieve maatregelen sluiten daarbij aan. Agrarisch natuurbeheer en/of biologische landbouw bieden alleen een kans wanneer kostenbesparingen kunnen worden gerealiseerd of als een redelijke vergoeding wordt geboden. Als niet aan deze voorwaarden is voldaan, worden deze activiteiten eerder als een belemmering ervaren.

Perspectief voor werk buiten de deur

Werken buiten de deur is voor veel boeren een eenvoudige en flexibele manier om extra geld te verdienen. Het komt vaak voor in Amstelland. Naast inkomen spelen variatie, plezier en uitdaging een rol. Een voorwaarde voor werken buiten de deur is vaak wel dat het bedrijf economisch goed draait en dat het werk buiten de deur goed te combineren valt. Bij afbouwende boeren kan werk buiten de deur een belangrijkere plaats innemen dan de agrarisch tak.

Perspectief voor verbreding

Imagoverbetering speelt voor veel boeren een grote rol bij verbreding, omdat ze vinden dat er veel onwetendheid is bij burgers over de landbouw. Het inkomen speelt vaak geen grote rol in de motivatie om te verbreden. Belangrijker is dat de ondernemer openstaat voor vreemden op het erf. Ook de juiste begrenzing in de goede verhouding met de agrarische tak is belangrijk: de agrarische tak moet het belangrijkste blijven volgens de ondernemers. Belemmeringen om tot verbreding over te gaan, zijn dat het te weinig geld oplevert, een gebrek aan arbeid, geen ruimte of bereidheid voor investeringen, onvoorspelbaarheid en onregelmatigheid van de consument, of een slechte locatie.

Verband tussen de huidige bedrijfsstrategieën en de perspectieven voor de toekomst

Sommige perspectieven zijn heel duidelijk een continuering van de huidige bedrijfsstrategie, zoals afbouwen bij profiel "afbouwend" en verbreding bij profiel "verbreed". Andere perspectieven, zoals uitbreiding en werk buiten de deur, komen zowel voor in profiel "intensief", "extensief" en "verbreed". Het perspectief efficiëntie en duurzaamheid is voor alle geïnterviewden aantrekkelijk, maar niet voor iedereen op dezelfde manier. Waar boeren uit profiel "intensief" het eerder hebben over het verhogen van de productiviteit van het grasland, hebben boeren uit profiel "extensief" en "verbreed" het eerder over de optimale benutting van hulpbronnen. Boeren uit het profiel "afbouwend" zijn niet echt op een technische, kennisintensieve manier bezig met efficiëntie en duurzaamheid. Een aantal van hen ziet natuurbeheer als functie echter wel als een kans.

Steggerda concludeert dat het onderscheid tussen de vier strategieën en vijf perspectieven, waarin het toekomstige speelveld voor de Amstellandse boeren besloten ligt, een zinvolle bijdrage kan leveren aan de doelen van SBA, die zich inzet voor behoud van landschappelijke kwaliteit en economische vitaliteit. Een beter begrip van de verschillende strategieën en de verhoudingen daartussen geeft aanknopingspunten voor acties waarmee boeren met een bepaalde strategie kunnen worden ondersteund.

2.3 Landbouw en landschap

De landbouw heeft een grote invloed op het landschap van Amstelland. Het overgrote deel van Amstelland is gevormd door ontginning voor landbouw, of hernieuwd landbouwkundig gebruik na vervening en ontwatering. Het huidige landbouwkundig beheer bepaalt het aanzien van de graslanden en sloten. Intensieve vormen van bedrijfsvoering leiden tot monotone graslanden die al vroeg gemaaid worden, met weinig bloemen, weinig vogels en weinig leven in de sloot. Als intensivering gepaard gaat met schaalvergroting hebben grote stallen invloed op het landschap. Bij zeer grote bedrijven worden de koeien vaker op stal gehouden en verdwijnen de koeien uit het landschapsbeeld. Dergelijke megabedrijven (met meer dan 250 koeien) zijn er nog niet in Amstelland. Veeleer zijn boerenbedrijven in Amstelland gemiddeld genomen extensiever dan hun collega's elders in het land. Bovendien doen ze aanmerkelijk vaker aan agrarisch natuurbeheer. Amstelland is een van de weinige gebieden in Nederland waar het goed gaat met de weidevogels. De gezonde weidevogelpopulatie is een positief extern effect van de landbouw in Amstelland en het gevolg van een hoge deelname in en een goede organisatie van agrarisch natuurbeheer, in combinatie met boerenbeheer van het reservaat in de Ronde Hoep (Trimbos e.a., 2013). Andere mogelijke landschapsdiensten die boeren kunnen leveren, zijn onder meer bloeiende graslanden en slootkanten, levende en schone sloten, boerenlandpaden, mooi ingepaste erven, een leesbaar cultuurhistorisch landschap, koeien in de wei, een mooi landschap en een gebiedsidentiteit waar bewoners en omwonenden zich mee kunnen identificeren.

In de vorige paragrafen is gebleken dat de meeste landbouwbedrijven in Amstelland maar een betrekkelijk klein deel van hun omzet halen uit het totaal aan verbredingsactiviteiten. In die context moeten we op dit moment ook de betekenis van het landschap voor de landbouw plaatsen. Landbouwbedrijven in Amstelland kunnen het zich niet veroorloven om grote investeringen in het landschap te doen zonder daar iets voor terug te ontvangen. Sterker nog, als zij het landschap niet vormen naar de eisen die het hoofddproduct (melk en vlees) stelt, raken ze verder achterop in de concurrentiepositie. En als landbouwbedrijven niet meer kunnen bestaan in Amstelland, verdwijnt het huidige landschap. Tegelijkertijd is een optimalisatie van het landschap voor melk en vlees eveneens risicovol voor het voortbestaan van de landbouw en het landschap. Als de kwaliteit van het landschap te laag wordt, bestaat het risico dat het draagvlak in de maatschappij en de stedelijke politiek voor het tegenhouden van verstedelijking verdwijnt.

Een oplossing ligt in een veel grotere betaling voor de collectieve diensten die de landbouwers leveren. De vraag is hoe dat te organiseren. Daar doet zich meteen een probleem voor met de huidige berekeningswijze voor vergoedingen van het agrarisch natuurbeheer in het kader van de SNL. De methodiek is gebaseerd op een compensatie voor gederfde inkomsten en gemaakte kosten en dat is op zich prima. Het veronderstelt een imaginair alternatief binnen de landbouw zonder agrarisch natuurbeheer als referentieniveau. Dat referentieniveau sluit qua schaal echter aan bij de huidige schaal van de bedrijven en daarmee worden dus niet de schaalnadelen gecompenseerd die in Amstelland in de loop van de tijd juist als gevolg van de landschappelijke setting zijn ontstaan. En het zijn juist die schaalnadelen die fors kunnen oplopen. Voor een redelijke vergoeding voor het agrarisch natuurbeheer zouden de schaalearkten wel moeten worden meegewogen of de huidige subsidies moeten worden aangevuld met betalingen vanuit de regio (publiek en/of privaat). Een andere oplossing zou kunnen bestaan uit het behalen van een hogere marge op de landbouwproducten of door andere producten te gaan telen. Bij omschakeling naar een biologische productiewijze en gekoppeld aan korte ketens zijn sommige bedrijven in staat fors hogere marges te creëren. Een gemiddeld biologisch melkveebedrijf ontving in 2014 circa 9 eurocent voor een kg melk meer dan een collega gangbare boer, terwijl de kostprijs 12 eurocent per kg hoger lag. Een hogere opbrengstprijis voor de melk betekent dus niet automatisch een hogere marge op het product. Bij een omschakeling naar andere teelten is het de vraag of het huidige karakter van het landschap met weidevogels behouden kan blijven. Een derde alternatief zou kunnen zijn het stimuleren van een ontwikkeling naar kleinschaliger vormen van landbouw, bijvoorbeeld in de vorm van nieuwe landgoederen, waarbij de landbouw hobbymatig wordt beoefend. Vooral in het noordelijke deel langs de Amstel liggen daarvoor wellicht kansen. Het is echter nog de vraag of deze vormen zich ook zouden laten combineren met de openheid die voor weidevogels noodzakelijk is. Ook is niet duidelijk hoeveel mensen op korte en lange

termijn zouden kiezen voor een dergelijke levensstijl, die woongenot door middel van landbouw combineert met landschapsbeheer en waarbij het inkomen vooral buiten het bedrijf wordt verworven.

2.4 Financiering van het landschap?

De landbouw financiert uit zichzelf een landschap dat passend is binnen het productieproces van het hoofdproduct (melk en vlees). In de moderne melkveehouderij betekent dit een vrij soortenarm graslandschap met veel grotere percelen dan nu. In dit graslandschap lopen niet langer per se ook koeien en het is ook niet gezegd dat weidevogels zich erin thuis voelen. Maar het is wel een open landschap met een groene kleur. In de frontlinie voor de wereldmarktproductie liggen de gebieden waar dit voor de boeren goed geregeld is. Amstelland is daar niet bij. Een aantal boeren in Amstelland geeft aan wel die richting op te willen. De vraag is wat de bewoners rond Amstelland ervoor over hebben om die boeren daarbij te ondersteunen of om ze juist voor een andere richting te laten kiezen.

3 Recreanten en toeristen: gebruikers van het landschap

Foto: Hans Keijzer

3.1 Wat Amstelland te bieden heeft

Amstelland heeft veel aantrekkelijkheden te bieden voor recreanten en toeristen (Abrahamse *et al.*, 2012, Van der Heide 2015). Van der Heide onderscheidt op basis van interviews met recreanten en eigen observatie:

- Landschappelijke elementen
- Water
- Culturele elementen
- Horeca
- Activiteiten

Wij geven hier een samenvatting van wat zij schrijft over de trekpleisters in het gebied, aangevuld met andere bronnen.

Het landschap van Amstelland is nog weids en open en biedt de typisch Nederlandse vergezichten. Het contrast met de stad, die vanaf veel plekken in Amstelland te zien is als skyline, voegt toe aan de aantrekkelijkheid. Molens, oude boerderijen, dorpjes, koeien in de wei, water en de resterende buitenplaatsen maken deel uit van de kwaliteit van het landschap. Behalve het traditionele veenweidelandschap heeft het gebied een aantal bosjes, parken en recreatieterreinen die het gebied afwisselend maken. Ook het natuurgebied Botshol valt binnen Amstelland.

Figuur 8 Amstelland volgens Stichting Beschermers Amstelland.

Amstelland is dankzij het agrarisch natuurbeheer en het reservaat in de Ronde Hoep een bijzonder goed gebied voor weidevogels zoals de Grutto, maar de meeste daarvan broeden op afstand van de wegen en zijn daardoor zonder verrekijker slecht waar te nemen voor recreanten. In het vroege voorjaar laten de grutto's zich wel goed bekijken op het Landje van Geijssel. Daar komen dan ook veel vogelaars en fotografen op af.

De Amstel, Bullewijk, Holendrecht, Winkel, Waver en Oude Waver zijn de belangrijkste wateren van Amstelland. Ze geven structuur aan het polderlandschap en bepalen ook de onderlinge bereikbaarheid van de gebieden. Oversteken is maar op enkele plekken mogelijk. Voor bootjes en kano's biedt het waternetwerk een uitstekende manier om het gebied te beleven én om er te komen. Het water biedt een bijzondere kwaliteit aan het landschap en extra mogelijkheden om dingen te doen. Er wordt veel gevisd en ook wel gezwommen in de Amstel en zwemmen kan uiteraard ook in de Ouderkerkerplas (hoewel daar soms problemen zijn met blauwalg). Daarnaast geeft het patroon aan sloten een kwaliteit aan het landschap. De structuur van de Ronde Hoep is zo bijzonder, dat SBA deze polder heeft voorgedragen bij de UNESCO als kandidaat voor de werelderfgoedlijst.

De verschillen in waterpeil in de sloten in de polders en in de rivieren vertellen het verhaal van ontginning, ontwatering en bodemdaling in de veenweidegebieden. Bovendien is het hoogteverschil zichtbaar tussen bijvoorbeeld de uitgeveende Bovenkerkerpolder en de Ronde Hoep, die nooit is uitgeveend. Bij het verhaal horen ook de molens, waarvan helaas de meeste inmiddels zijn verdwenen (Van Schaik en Hoogendoorn 2012).

De molens, oude boerderijen en buitenplaatsen zijn aantrekkelijke culturele elementen in Amstelland. Ook de joodse begraafplaats in Ouderkerk vertelt een bijzonder verhaal. Het is de oudste joodse begraafplaats van Nederland en er liggen vooral Amsterdamse Sefardische Joden begraven. Een ander belangrijk cultuurelement is de Stelling van Amsterdam, die de zuidgrens van Amstelland vormt. Deze negentiende-eeuwse ring van forten en andere verdedigingswerken rond Amsterdam heeft ook het

overige landschap beïnvloed vanwege de mogelijkheid van inundatie en de noodzaak van een vrij schootsveld.

De meeste terrasjes en horecagelegenheden zijn te vinden in de dorpen Ouderkerk aan de Amstel en Nes aan de Amstel. Zowel in als buiten deze dorpen zijn mogelijkheden om te overnachten: van chique hotels tot en met B&B's en boerencampings. Bij een aantal boerderijen is het mogelijk om producten aan huis te kopen en bij de boerderij van Hogenhout staat een melktap. Bij de Ouderkerkerplas staat 's zomers een mobiele keuken waar je iets kunt eten en drinken.

Wandelen, fietsen en varen kan op eigen gelegenheid, maar er zijn ook mogelijkheden voor excursies, zoals de door de ANV georganiseerde 'poldersafari's' in het voorjaar en de door Natuurmonumenten of IVN georganiseerde vaartochtjes in Botshol. Sommige boerderijen zijn open voor bezoekers of richten zich speciaal op educatie. Speel- en kinderboerderij Elsenhove is volledig gericht op activiteiten en is een leuk uitje voor kinderen, waaraan een theehuis is gekoppeld. Op de Ouderkerkerplas worden allerlei watersporten beoefend. Ook vinden hier steeds vaker evenementen plaats.

3.2 Cijfers over recreatie en toerisme in Amstelland

Beekhoven en Buijs (2014) combineren gegevens van het Amsterdamse Groot Groenonderzoek (GGO) met die van de Recreatiemonitor van de recreatieschappen. Amstelland is een van de gebieden die aan de orde komen, hoewel met een andere ruimtelijke afbakening dan die van SBA (Figuur 6 en Figuur 8). Beekhoven en Buijs nemen Botshol en de polder Holendrecht niet mee en besteden wel aandacht aan de Hoge Dijk, de Gaasperplas en het Diemberbos. GGO kijkt naar recreatiegedrag van bewoners van woongebieden en de Recreatiemonitor kijkt naar het gebruik van recreatiegebieden.

In 2012 bezochten veel Amsterdammers² Amstelland: 23% van hen ging naar de Amsteloevers, 11% bezocht de Ronde Hoep, 9% de Ouderkerkerplas, 23% de Gaasperplas, 9% Hoge Dijk en 8% het Diemberbos. Het Groengebied Amstelland alleen al kreeg bijna 3 miljoen bezoekers. Amsterdammers bezoeken regionale groengebieden echter minder vaak dan inwoners van Amstelveen, Ouder-Amstel en Diemen. Voor Amsterdammers zijn stadsparken vaak dichterbij.

De vraag "Waar gaat u het meest heen?" wordt door bewoners van Amsterdam-Zuidoost, Oost, Zuid en Centrum meer dan voorheen geantwoord met 'Amstelland'. In 1996 was Amstelland favoriet bij minder dan 20% van de bewoners van Zuidoost; in 2008 en 2013 nam dit toe tot boven de 40%. Ook in de stadsdelen Oost, Zuid en Centrum werd Amstelland populairder in die periode. In de stadsdelen West, Nieuw-West en Noord, die verder van Amstelland gelegen zijn, was de populariteit van Amstelland stabiel. De populariteit van Amstelland is over het geheel genomen sterker gestegen dan die van andere recreatiegebieden rondom Amsterdam. Het gemiddelde rapportcijfer dat Amsterdammers in 2012 geven aan Amstelland (7,5-7,7) ligt echter lager dan dat van de duinen (8,2), het strand (7,8), het Gooi (8,0) en Waterland (7,8). De Ouderkerkerplas wordt gewaardeerd met een 7,25. De Bovenkerkerpolder wordt vooral lokaal gebruikt en relatief laag gewaardeerd. Beekhoven en Buijs maken uit de trends op dat Amsterdammers vaker dichterbij huis recreëren. De duinen en het strand worden minder belangrijk; de recreatiegebieden en parken worden belangrijker. Zij koppelen dit aan een landelijke trend en aan toegenomen gebruik van het landelijk gebied voor sportieve activiteiten. De strava heatmap van 22 sept 2014, gemaakt op basis van GPS-data van mobiele telefoons, laat zien dat de beide oevers van de Amstel tot aan Ouderkerk intensief worden gebruikt door joggers en dat het rondje Ronde Hoep intensief wordt gefietst (Beekhoven en Buijs 2014).

² Medio 2012 had Amsterdam zo'n 795.000 inwoners (CBS).

Figuur 9 Recreatiekaart van Groengebied Amstelland.

In de GGA-recreatiemonitor worden tellingen uitgevoerd in de wester-Amsteloevers ten noorden van Ouderkerk aan de Amstel, het gebiedje Elsenhove en de Ouderkerkerplas. Bovendien bestrijkt de GGA-recreatiemonitor de Hoge Dijk, de Gaasperplas en het Diemberbos buiten Amstelland zoals SBA het afbakt. Naast de tellingen, die voor dit rapport geen zinvolle informatie opleveren, zijn in 2013 ook enquêtes afgenomen van inwoners van deelnemende gemeenten (400 bezoekers en 214 niet-bezoekers van de gebieden). Twintig procent van hen gaf aan gebruik te maken van het landelijk gebied. Van de deelgebieden van Amstelland heeft het landelijk gebied de hoogste waardering in deze enquête. Mate van gebruik en waardering hebben geen relatie met elkaar: deelgebieden hebben een verschillend aanbod voor verschillende doelgroepen. Voor mensen die Amstelland niet bezoeken, sluit het aanbod niet aan bij hun behoeften, ze zijn onbekend met het aanbod, of ze zijn überhaupt onbekend met het bestaan van Amstelland. Sommige mensen vinden Amstelland te ver weg. Bereikbaarheid is slechts voor een enkeling een reden om niet te gaan.

Respondenten konden aangeven aan welke nieuwe voorzieningen zij behoefte hebben:

1. Uitzichttoren
2. Gratis wifi
3. Meer horeca
4. Educatief en historisch themapark
5. Kinderspeelpark
6. Openbare theatervoorstelling
7. Activiteiten streekelijke producten
8. Zorgboerderij
9. Beeldentuin
10. Minigolfbaan
11. Paintball
12. Recreatiepark waterzuivering
13. Klassiek muziek-evenement
14. Moestuintjes
15. Adventure park

Figuur 10 Waar toeristen foto's maken geeft aan waar ze veel komen en welke routes ze veel gebruiken (bron: Van der Drift 2015).

De bezoeken aan en aantrekkelijkheid van Amstelland is voor de gemeente Amsterdam mede interessant vanwege de wens om toeristen meer te spreiden. Figuur 7 laat zien welke plekken het meest worden gebruikt door toeristen in Amsterdam en omgeving, en voor het centrum bovendien de routes, op basis van foto's die geplaatst zijn op Flickr (Van der Drift 2015). In Amstelland springt de Riekermolen eruit, maar een toeristisch bezoek aan Amstelland staat niet in verhouding tot het bezoek aan het centrum van Amsterdam.

3.3 Voorkeuren en beleving van recreanten en toeristen

Het mooie landschap en de rust zijn de belangrijkste redenen voor bezoek aan het gebied, volgens de mensen die Van der Heide sprak. Daarbij wordt de aanwezigheid van dieren, met name koeien, ook gewaardeerd. Bezoekers vinden het landschap van Amstelland afwisselend. De combinatie van de stad met, zo dichtbij, het 'schone' buitengebied, wordt geroemd. Bezoekers die ook in het gebied overnachten, waarderen de gastvrijheid en het mee kunnen kijken op de boerderij (Van der Heide 2015).

Speel- en kinderboerderij De Elsenhove is een geliefd uitje met kinderen. De eigenaar van het bijbehorende theehuis geeft aan dat ongeveer een vijfde van de bezoekers bestaat uit expats met hun kinderen (Hofhuis *et al.*, 2015). Amstelveen heeft een internationale school.

Internationale toeristen komen wel naar Amstelland, maar hun aantal is klein (Gil de Oliveira *et al.*, 2015). Als ze in Amstelland verblijven, komen ze voor Amsterdam. Ze overnachten in Amstelland, omdat daar goedkope overnachtingsmogelijkheden zijn (zoals de Gaaspercamping) en het er lekker rustig is. De weinige toeristen die Amstelland ontdekt hebben, waarderen het landschap wel, omdat het typisch Hollands is. Sommige trekken tijd uit voor een activiteit in Amstelland, als rustige tegenhanger voor hun overige programma in Amsterdam. Gil de Oliveira *et al.* (2015) spraken buitenlandse toeristen die geïntrigeerd waren door het waterbeheer. Een enkeling bezoekt het historisch museum in Ouderkerk aan de Amstel. De joodse begraafplaats kan rekenen op een gestage stroom buitenlandse bezoekers. De Riekermolen en kaasboerderij De Rembrandthoeve maken onderdeel uit van groepsexcursies: deze plekken zien de meeste buitenlandse toeristen. Gil de Oliveira *et al.* (2015) koppelen internationale toeristen in Amstelland aan twee typen toerisme: plattelandstoerisme op basis van interesse in het gebied en massatoerisme op basis van vermaak. De bliksembezoekjes aan de Riekermolen en de kaasboerderij vallen in de laatste categorie. Ook de 'plattelandstoeristen' blijven echter kort, ze komen een dagje fietsen of boeken enkele overnachtingen. Hoe langer mensen in het gebied verblijven, hoe groter de kans dat ze ook in Amstelland iets doen (Gil de Oliveira *et al.*, 2015).

3.4 Bekendheid en bereikbaarheid van Amstelland

Om van het gebied gebruik te kunnen maken, zijn enkele randvoorwaarden nodig, zoals infrastructuur en informatievoorziening. Voor fietsers is het gebied goed ontsloten. Er zijn met borden aangegeven fietsknooppuntenroutes en de Amstel kan op diverse plekken met een veerpont worden overgestoken. Voor wandelaars zijn er minder voorzieningen. Op de recreatieterreinen zijn voldoende wandelpaden, maar wandelen op boerenland is slechts op enkele plekken mogelijk. De smalle polderwegen, en met name het 'rondje Ronde Hoep', kunnen op mooie dagen erg druk zijn met fietsers. Fietsers, wandelaars, autoverkeer en zo nu en dan landbouwverkeer kunnen elkaar dan in de weg zitten. Het is slechts bij één aanbieder mogelijk om kano's te huren, terwijl de wateren daar erg geschikt voor zijn. Wel heeft Recreatie Noord-Holland plannen voor een 'sloepennetwerk', waarbij een sloep gehuurd kan worden bij speciale aanlegsteigers. Op een aantal plaatsten zijn picknicktafels geplaatst voor zowel fietsers als vaarders, met informatie over het gebied.

Amstelland is goed bereikbaar per fiets. Ook barrières zoals de A2 zijn op meerdere plekken te slechten. Met het openbaar vervoer is Ouderkerk aan de Amstel weliswaar bereikbaar, vooral vanaf Amsterdam Bijlmer (5 min.), maar de tocht vanaf Amsterdam Centraal vraagt enig geduld (40 min.). Tussen Amstelveen en Uithoorn gaat een minibus via de Ronde Hoep (niet in het weekend). Over het water is Amstelland goed bereikbaar voor wie een bootje heeft, maar de Amstel is nog vrijwel onbenut door georganiseerd vervoer over het water. Met de auto kun je op veel plekken komen, maar veel autoverkeer in het gebied is ongewenst en er is weinig parkeergelegenheid. Op diverse smalle wegen is alleen bestemmingsverkeer toegestaan. Touringcars zijn ongeschikt voor de meeste wegen. Bij de Riekermolen stoppen regelmatig touringcars met toeristen voor een echte Hollandse foto.

Als je het gebied kent en weet hoe je er moet komen, red je je verder wel met de aanwezige kaarten en routes, hoewel bijvoorbeeld de door het Groengebied Amstelland gemaakte kaartjes bijna nergens zijn te krijgen (Figuur 8). De websites van Groengebied Amstelland en Oneindig Noord-Holland geven vrij veel informatie over wat er te doen is. Daarnaast bundelt de website www.ontdekamstelland.nl informatie over activiteiten en verwijst naar bedrijven in het gebied, maar de site is niet goed te vinden. Deze sites zijn alleen in het Nederlands. Ook de bebording in Amstelland is uitsluitend in het Nederlands.

Voor buitenlandse toeristen en bezoekers van buiten de regio is de informatievoorziening onder de maat (Van der Heide 2015, Gil de Oliveira *et al.*, 2015). Er is bijzonder weinig Engelstalige informatie over Amstelland te vinden. Er is in het gebied geen VVV en de toeristeninformatiepunten van Amsterdam op Schiphol en station Amsterdam Centraal hebben alleen informatie als daar specifiek naar wordt gevraagd. Op internet en in reisgidsen is nauwelijks toeristische informatie te vinden over Amstelland, dit in tegenstelling tot Waterland en de Zaanse Schans. De in Amstelland gevestigde horeca- en recreatiebedrijven hebben alleen hun eigen website, voornamelijk in het Nederlands, met daarop weinig tot geen informatie over het gebied. Slechts enkele bedrijven zijn te vinden via toeristische verzamelsites zoals TripAdvisor. De meeste toeristen plannen hun trip inclusief activiteiten van tevoren, met behulp van internet en reisgidsen (Gil de Oliveira *et al.*, 2015). Het resultaat is dat slechts die toeristen in Amstelland overnachten, die specifiek gezocht hebben naar een rustige plek in de omgeving van Amsterdam. Slechts enkele touroperators nemen hun gasten mee naar Amstelland, en dan nog uitsluitend naar het noordelijkste puntje van het gebied of naar de joodse begraafplaats. De meeste internationale toeristen die Amstelland bezoeken, komen met een georganiseerde fietstocht langs de Riekermolen en de kaasboerderij (Gil de Oliveira *et al.*, 2015). Slechts één rondvaartbedrijf heeft een optie om naar Amstelland te varen (Van der Heide 2015). Opmerkelijk genoeg adviseert een groot deel van de verblijfsrecreatieondernemers in het gebied hun gasten activiteiten buiten Amstelland (Gil de Oliveira 2015). De gemeente Ouder-Amstel is onlangs begonnen met een toeristisch platform om het toerisme beter te faciliteren.

3.5 Invloed van recreatie en toerisme op het landschap

De invloed van recreatie en toerisme op het landschap uit zich met name in de vorm van gebouwen, verkeer en recreatieterreinen. In de vorm van gebouwen zijn recreatie en toerisme niet dominant aanwezig in het gebied. Campings zijn wellicht de zichtbaarste uitingsvorm. Verder gaat het vooral om kleinschalige elementen, zoals borden, bankjes, aanlegsteigers en een enkel terras. De meeste terrassen bevinden zich overigens in de dorpen.

In de vorm van verkeer heeft recreatie op sommige dagen behoorlijk impact op de beleving van het landschap, omdat het zelf deelnemen aan dat verkeer de voornaamste manier is om het landschap te beleven. Het gaat dan met name om fietsverkeer dat op de doorgaande wegen het autoverkeer in de weg kan zitten en andersom. Op de wandelpaden is geen sprake van overlast. De wandelpaden over boerenland worden in het voorjaar afgesloten om de broedende weidevogels niet te verstoren.

De grootste invloed op het landschap is het gevolg van de aanleg van recreatieterreinen in het verleden. Hiermee zijn aanzienlijke ingrepen in het landschap gedaan met als doel een breder aanbod

van activiteiten en landschappen aan de recreant. Dat heeft meer bos, wandelpaden, speelterrein en volkstuintjes opgeleverd. De Ouderkerkerplas is gegraven voor de aanleg van de A9 en is nu een recreatieplas.

3.6 Financiering van het landschap?

Recreanten, met name bewoners van de dorpen en omwonenden uit de steden, zijn de grootste groep baathebbers bij het landschap. Hun mogelijkheden om bij te dragen aan de kosten van de instandhouding van het landschap zijn direct en indirect. Ze kunnen lid worden van de Stichting Beschermers Amstelland, als vrijwilliger ANV De Amstel ondersteunen en ze kunnen aan beide organisaties donaties doen. De Amstel en SBA kunnen vervolgens dit geld besteden aan afspraken met boeren over beheer. Deze mogelijkheden zijn echter bij weinig recreanten bekend en ze worden er ook niet op aangesproken. De Amstel en SBA zouden meer kunnen inzetten op leden- en fondsenwerving onder recreanten. Bij voorkeur op momenten dat deze recreanten ook daadwerkelijk genieten van het landschap (het moment van de beslissing doet ertoe, RLI 2014): bijvoorbeeld door middel van borden in het landschap en door een actieve campagne tijdens de Amstellanddag. Een alternatief is de medewerking te vragen van horeca- en recreatiebedrijven, door een donatie te vragen bij het afrekenen van de consumptie, bijvoorbeeld met behulp van een 'potje'. Tijdens het moment dat geld wordt uitgegeven aan een consumptie, wordt makkelijker ook een bijdrage gegeven voor het landschap.

Indirecte manieren voor recreanten om bij te dragen, zijn door de uitgaven in het gebied, met name bij horeca- en recreatiebedrijven. Dit draagt bij aan de gebiedseconomie, maar leidt niet automatisch tot financiering van het landschap (hier gaan we in het volgende hoofdstuk verder op in). Veel recreanten geven echter weinig geld uit als ze het gebied bezoeken.

De belangrijkste indirecte manier voor recreanten om bij te dragen, is via de belasting. Een deel van dit geld komt in de vorm van subsidies voor beheer door boeren, Landschap Noord-Holland en het Recreatieschap weer in het gebied. Recreanten hebben niet of nauwelijks invloed op de omvang van deze financieringsstroom of op de doelen die aan de besteding worden gekoppeld, behalve via de representatieve democratie, waar in de regel op veel grotere hoofdlijnen wordt gekeken. Directe bijdragen geven recreanten/burgers meer mogelijkheden om invloed uit te oefenen.

Voor toeristen gelden dezelfde mogelijkheden om bij te dragen als voor recreanten, al zullen ze eerder een eenmalige donatie geven dan een lidmaatschap aangaan. Er komen veel minder toeristen dan recreanten in Amstelland, maar toeristen zijn vaak wel meer geneigd om geld uit te geven. Beide groepen kunnen nog in aantal toenemen.

4 Horeca- en recreatiebedrijven: intermediairs tussen producenten en gebruikers van het landschap

Foto: Desiree van der Heide

4.1 Economische situatie en concurrentiepositie van horeca- en recreatiebedrijven in en om Amstelland

Specifieke data met karakteristieken van alle horecaondernemingen in Amstelland zijn minder ruim voorhanden dan voor de landbouwsector. Om toch relatief snel een goed beeld te krijgen, is ervoor gekozen om een classificatie te maken op basis van bedrijven die snel via Google maps en/of Bing maps zijn te vinden. Op die manier kan ruimtelijk geselecteerd worden op Amstelland. De gegevens van CBS zijn echter enkel op gemeenteniveau beschikbaar. Hoewel het grootste deel van Amstelland binnen de gemeente Ouder-Amstel valt, is het Amstelveense deel niet onbelangrijk. De horecabedrijven in het Amstelveense deel van Amstelland zijn echter niet te isoleren uit de cijfers van CBS. Daarom beperken wij ons hier tot Ouder-Amstel.

Op basis van de CBS-indeling van bedrijven in sectoren (SBI-indeling 2008) telt de gemeente Ouder-Amstel 40 horecaondernemingen in 2015. Hiervan zijn er 20 gevonden via Google maps en aanvullend nog 12 via Bing maps. Deze bedrijven zijn op het oog grofweg onder te verdelen in vier categorieën:

1. Gericht op massatoerisme
2. Extensief, als neventak bij een agrarisch bedrijf
3. Gericht op de zakelijke klant / kwaliteitssegment
4. Lokaal georiënteerd

Circa een derde van de bedrijven is vermoedelijk vooral gericht op (massa)toerisme. Het gaat dan onder andere om café/restaurants, wegrestaurants, barbecuerestaurants en brasserieën die vrijwel direct aan de Amstel liggen. Ook ongeveer een derde richt zich voornamelijk op de lokale markt. Daarbij gaat het om het bruine café, de chinees en de snackbar of restaurant in een gewone woonwijk. Bedrijven in het hogere kwaliteitssegment, of die de zakelijke markt bedienen met het aanbieden van vergaderruimte, en de extensieve bedrijven die bijvoorbeeld te midden van de rust op het platteland een bed & breakfast aanbieden, vormen beide ongeveer een zesde van het aantal horecabedrijven.

Er is geen reden om aan te nemen dat de horecasector in Amstelland extreem afwijkt van het gemiddelde beeld in Nederland. De CBS branchemonitor geeft een indruk van de economische positie van ondernemingen in de horecasector in Nederland uitgesplitst naar onder meer bedrijfsgrootte. Het gros (60%) van de horecabedrijven in Nederland heeft 2 tot 9 werknemers in dienst. Daarnaast is er een grote categorie eenmanszaken (31%). Bedrijven met 10 of meer medewerkers vormen een minderheid (<10%), maar in totaal werken er wel de meeste mensen (54%). In veel sectoren is de schaalgrootte van grote betekenis voor de concurrentiepositie van de bedrijven binnen een sector, met een sterke positie voor de grootste bedrijven. In de horecasector lijkt dat op het eerste gezicht niet anders te zijn. Naarmate de bedrijven groter worden, neemt de omzet per persoon toe bij bedrijven met logiesverstrekking: van € 48.000 per werknemer bij eenmanszaken tot meer dan € 100.000 bij bedrijven die meer dan 100 werknemers in dienst hebben. De kosten per werknemer stijgen echter ongeveer evenredig mee. Bedrijven in de klasse van 2 tot 10 werknemers hebben in 2010 het hoogste resultaat per werknemer (€ 9.000), gevolgd door bedrijven in de klasse van 100 tot 250 werknemers (€ 6.000). Bedrijven in de klasse tussen 50 en 100 werknemers realiseerden € 2.000 en eenmanszaken leden gemiddeld genomen een verlies van € 6.000. De café- en restaurantbranche vertoont ook zo'n grillig verloop en ook hier springen bedrijven met 2 t/m 9 werknemers er positief uit. Een nadere analyse van de kostenposten laat zien dat de verschillen vooral ontstaan door verschillen in personele kosten. Die zijn in de categorie bedrijven met 2 t/m 9 werknemers bijzonder laag. Dit betekent waarschijnlijk dat in deze categorie de meest flexibele arbeidsinzet kent.

Met een bedrijfsresultaat per werknemer in de orde van € 5.000 tot € 10.000 hebben horeca-ondernemers vermoedelijk niet heel veel te besteden aan het landschap. Er zijn overigens in de sector grote verschillen tussen de bedrijven. Van de cafés/restaurants met tussen 2 en 10 werknemers heeft ruim een derde een negatief rendement op het totale ingezette vermogen. Daartegenover haalt minder dan 10% van de bedrijven een rendement op het vermogen van meer dan 30%.

Tabel 7 CBS benchmark Horecagegevens 2010 (bedragen in €*1.000 per werknemer).

Werknemers	Café / restaurant			Logiesverstrekking		
	Opbrengsten	Lasten	Resultaat	Opbrengsten	Lasten	Resultaat
1	66	61	5	48	53	-6
2 t/m 9	78	64	14	48	39	9
10 t/m 49	70	64	6	78	73	5
50 t/m 99	77	72	5	93	91	2
100 t/m 249	82	76	6	103	96	6
>= 250	89	82	7	106	101	5

Studentengroep ST!P heeft diverse horeca- en recreatieondernemers in Amstelland geïnterviewd. Ze vroegen hun onder meer naar het type gasten dat ze krijgen. Ondernemers zien buitenlandse toeristen, lokale recreanten en zakenmensen uit allerlei landen. In het weekend gaat het vooral om Nederlanders, terwijl zakenmensen door de week gebruikmaken van faciliteiten om te overnachten en te vergaderen. Qua toeristen en recreanten is de sector vooral afhankelijk van de zomer (Hofhuis *et al.*, 2015).

4.2 Visie ten aanzien van het landschap en de toekomst

Studentengroep ST!P vroeg horeca- en recreatieondernemers ook naar hun waardering van het landschap, hun visie op de toekomst en hun bereidheid tot samenwerking (zie volgende paragraaf) (Hofhuis *et al.* 2015). Deze ondernemers hebben ofwel het familiebedrijf overgenomen, of ze hebben bewust gekozen voor Amstelland om een bedrijf te starten. De ondernemers waarderen het open, Hollandse landschap om de rust en de ruimte. Het contrast tussen het open landschap met de skyline en dynamiek van de stad maakt Amstelland bijzonder. Wat de ondernemers ook belangrijk vinden, is dat het een levend landschap is waar geboerd wordt. De ondernemers maken zich zorgen dat het landschap achteruit gaat.

De meeste ondernemers willen graag groeien en zeggen meer klanten aan te kunnen dan er nu komen. Ze zitten echter niet te wachten op een al te sterke groei van toeristen: ze hebben ook nog andere doelgroepen, zoals zakenmensen (Gil de Oliveira *et al.*, 2015). Wat ze missen, is een (gezamenlijke) promotie van het gebied (Hofhuis *et al.*, 2015). Ze hebben het gevoel dat er meer inzet is: er is nog groei mogelijk in het aantal gasten. Wel hebben ze zorg over de bereikbaarheid van het gebied en met name hun bedrijf. Er is weinig parkeergelegenheid en de wegen zijn smal.

4.3 Samenwerking

4.3.1 Bereidheid tot samenwerking

Horeca- en recreatieondernemers staan een beetje ambivalent tegenover samenwerking met elkaar (Hofhuis *et al.*, 2015). Op sommige onderdelen zien ze samenwerking wel zitten, zoals in de vorm van gezamenlijke promotie van het gebied, maar ze zien elkaar ook als concurrenten. Samenwerking moet iets opleveren: de ondernemers zoeken naar win-win. Ook geven ze aan graag mee te doen als anderen de kar trekken: niemand heeft tijd om te investeren in de opbouw van het netwerk.

Een aantal ondernemers overweegt om meer te gaan samenwerken met partijen in Amsterdam. Zij willen graag meewerken aan ontlasting van het centrum. Zij zien wel iets in de koppeling van het merk Amstelland aan Amsterdam en willen arrangementen ontwikkelen waarmee toeristen die Amsterdam bezoeken, ook Amstelland aandoen.

Over mogelijke samenwerking met boeren is door de meeste ondernemers nog niet echt nagedacht. Het zou sommige ondernemers goed uitkomen als boeren meer wandelpaden zouden aanleggen: dat vergroot de mogelijkheden van hun klanten om het landschap te beleven. De ondernemers is ook gevraagd naar hun samenwerking met SBA. Voor sommige ondernemers was onbekend wat SBA doet. Andere ondernemers hadden nog niet aan SBA gedacht als mogelijke samenwerkingspartner. Een aantal ondernemers was echter bekend met OntdekAmstelland en de inspanningen van SBA om meer samenwerking in het gebied voor elkaar te krijgen.

4.3.2 Kort verslag spel

Tijdens de door IVN en SBA georganiseerde cursus voor horeca- en recreatieondernemers 'Gastheer van het landschap' is vanuit het Wetenschapswinkelonderzoek een onderdeel verzorgd aan de hand van een spel. Dit spel was gebaseerd op speltheorie en was bedoeld om het belang van samenwerking duidelijk te maken. Er waren drie tafels met 7-8 deelnemers en een spelleider. Dit waren de spelregels:

- Iedere deelnemer krijgt aan het begin van iedere ronde evenveel geld
- U krijgt de kans te investeren, maar het hoeft niet
- Rendement op totale inleg is 100%
- Opbrengst wordt gelijk verdeeld over ALLE deelnemers
- 1 ronde = 4 keer inleggen
- 3 rondes met verschillende spelregels:

- Blind inleggen (anderen weten niet wat u investeert)
- Open inleggen
- Overleggen voordat u inlegt
- Doel: zo veel mogelijk geld verdienen natuurlijk

De uitslag is weergegeven in Tabel 8.

Tabel 8 Uitslag van het spel met per ronde andere spelregels.

Tafel	1	2	3
<u>Ronde 1</u>			
Winnaar	Youssra	Ellen	Martijn
€	2.100	1.300	1.100
€ groep	9.700	6.800	4.000
<u>Ronde 2</u>			
Winnaar	Desiree	Souhaila + Erik	Martijn + Ruud
€	900	1.100	700
€ groep	4.700	4.900	3.300
<u>Ronde 3</u>			
Winnaar	Desiree	Souhaila	Iedereen
€	2.700	3.000	2.600
€ groep	13.500	13.200	15.600

In de eerste ronde werd meer geld verdiend dan in de tweede ronde. De winnaars binnen een groepje waren degenen die weinig inlegden. Zij profiteerden gratis mee van de opbrengsten op de inleg van de anderen. In de tweede ronde begonnen de deelnemers het spelletje door te krijgen. Het was hun duidelijk geworden dat niet inleggen toch geld oplevert. Bovendien was in deze ronde openlijk zichtbaar dat diverse mensen niet inlegden. Dat ontmoedigde anderen om ook in te leggen. Het totale rendement van de groepjes, maar ook het gewonnen bedrag van de winnaars, ging daardoor omlaag. Deze ronde, die gebaseerd is op het kopieergedrag van mensen en sociale druk, had ook anders uit kunnen pakken. Anderen zien inleggen, had ook vertrouwen kunnen wekken en tot hogere inleg kunnen leiden. Bovendien had sociale druk het zichtbaar niet meedoen kunnen ontmoedigen. Voor de (vooral jonge!) winnaars in deze groep was winnen blijkbaar belangrijker dan sociale acceptatie.

Het meeste geld werd verdiend in de derde ronde. Hier mocht worden overlegd. Aan tafel 3 waren er daarna geen 'free riders' meer. Deze groep heeft het grootste totaalbedrag. De individuele winnaar van het spel bevond zich aan tafel 2. Door toch te blijven samenwerken, waren de overige deelnemers aan tafel 2 echter beter af dan na de 'ieder voor zich'-rondes.

Dit inzicht kan worden toegepast op twee dragers die de deelnemende bedrijven gemeenschappelijk hebben: de kwaliteit van het landschap van Amstelland, en het 'merk' Amstelland. De overeenkomsten met de 'verdubbelaar' zijn:

- Schade aan het landschap of de goede naam van Amstelland is slecht voor de bedrijven.
- Investeren is nodig om de kwaliteit op peil te houden/te krijgen.
- Als een bedrijf erin investeert, kunnen de concurrenten gratis meegenieten.

Op basis van het spel is het advies meegegeven om toch met elkaar te gaan samenwerken en te investeren in het landschap en het merk Amstelland, omdat iedereen daar uiteindelijk beter van wordt, en voor lief te nemen dat sommigen zich aan de samenwerking zullen onttrekken.

4.3.3 Arrangementen

Een belangrijke manier om samen te werken, is het ontwikkelen van gezamenlijke toeristische arrangementen. Verschillende horeca- en recreatieondernemers (en natuurbeheerders, musea, boeren, etc.) combineren hun activiteiten tot een aantrekkelijk (dag)programma voor de toerist.

Studentengroep HopOn Amstelland heeft daar een aantal ideeën voor ontwikkeld (Gil de Oliveira *et al.*, 2015). Zij presenteren drie alternatieve strategieën: plattelandstoerisme, massatoerisme en accommodatie. Daarbij horen verschillende typen arrangementen.

Een strategie gericht op plattelandstoerisme mikt niet op bliksembezoekjes van grote groepen mensen, maar op een kleinere groep fijnproevers die langer in het gebied blijven. Deze gaan zelfstandig op pad, en staan open voor verrassingen. In plattelandstoerisme passen activiteiten, zoals fietsen en wandelen, vogels kijken, verblijven op de boerderij, bloemen plukken in de pluktuin, uitleg over het waterbeheer en eten aan de Amstel. Het behoud van rust en landschapskwaliteit, en het ontwikkelen van kleinschalige activiteiten die mensen zelfstandig kunnen ondernemen, passen in deze strategie. Arrangementen in deze strategie zijn niet gericht op grote groepen en kunnen flexibel worden vormgegeven ter inspiratie van de gast. Promotie zou gebaseerd moeten zijn op het unieke karakter van Amstelland, als contrast met Amsterdam.

Een strategie van massatoerisme zou Amstelland juist als aanvulling op Amsterdam presenteren en zich richten op het brengen van groepen toeristen uit Amsterdam naar Amstelland. Dit zou meer samenwerking vereisen met touroperators in de stad. Bij massatoerisme passen guided tours en excursies. Met het ontwerpen van thematische excursies kan het type toerist nog wel gericht worden op een bepaalde doelgroep: bijvoorbeeld het type dat geïnteresseerd is in natuur en cultuur, maar wel graag weet waar het aan toe is en daarom kiest voor een guided tour. Gil de Oliveira *et al.* (2015) schatten in dat er meer economische ontwikkeling gepaard zal gaan met de strategie massatoerisme dan met plattelandstoerisme, omdat het om grotere groepen gaat. Het is echter de vraag of en in welke vorm en omvang massatoerisme zou passen bij het karakter van Amstelland.

Een derde strategie richt zich op het versterken van waar Amstelland nu al goed in is: rustige en betaalbare accommodatie voor toeristen die Amsterdam bezoeken. In deze strategie zou het aantal bedden en tafels vergroot worden, in combinatie met goede transportmogelijkheden van en naar Amsterdam. Bedrijven kunnen fietsen ter beschikking stellen, of een gezamenlijke boot-shuttle opzetten. Ook zou het openbaar vervoer beter voor deze groep kunnen worden ingericht. In deze strategie zouden niet veel nieuwe activiteiten in Amstelland ontwikkeld hoeven worden. Er komt wel geld naar Amstelland, maar het blijft rustig in het gebied.

Ook Van der Heide (2015) beveelt de ontwikkeling van arrangementen aan. Een doel kan zijn om toeristen en recreanten langer in het gebied te houden, zodat ze een diepere band met het gebied opbouwen en meer geld uitgeven.

Zeven ideeën voor toeristische arrangementen.

	Arrangement	Strategie
1	De Amstel watertour: van de Dam per boot naar Amstelland, met uitstapjes naar de Riekermol of De Zwaan en de Bovenkerkerpolder, en uitleg over turfwinning en waterbeheer. Uiteraard met culinaire stop.	Massatoerisme
2	Boer-en-voertour: stadswandeling langs o.a. Kalverstraat, Koestraat, gedempte Huidenvetterssloot, Bloedstraat en Karnemelksteeg, daarna met de boot naar Amstelland voor een bezoek aan de (kaas)boerderij, uiteraard gevolgd door een eiwitrijk diner.	Massatoerisme
3	De Joodse geschiedenis tour: Anne Frankhuis, Portugese synagoge en Joodse begraafplaats in Ouderkerk a/d Amstel. Met koosjere culinaire stop.	Massatoerisme (gericht)
4	Vroege-vogel-tour: Wakker worden in Amstelland en met een thermoskan koffie vroeg op pad met een vogelaar. Na afloop uitgebreid brunchen.	Plattelandstoerisme
5	De Rembrandt-tour: combi van het Rembrandthuis met een fietstocht door Amstelland, langs standbeeld van Rembrandt, en eventueel een schilderworkshop in Amstelland, uiteraard met culinaire stop.	Plattelandstoerisme
6	Self-guided Waterlandschap-tour (brochure of web-based met GPS): 'Happen en trappen' fietstocht langs de Amstel, met rondje Ronde Hoep, diverse informatieve stops bij verdedigingswerken van de Stelling van Amsterdam, Botshol, en molenstompen in de Bovenkerkerpolder, langs 'rustpunten' voor koffie en een restaurant voor lunch.	Plattelandstoerisme
7	Slapen in Amstelland: wakker worden in Amstelland, op de leenfiets naar Amsterdam, eind van de middag weer terug om met een kortingsbon ergens in Amstelland te eten.	Accommodatie

Voor meer ideeën over activiteiten verwijzen we naar Van der Heide (2015), Hofhuis *et al.* (2015) en Gil de Oliveira *et al.* (2015). In de zomer van 2016 organiseerde SBA een proef met een bootdienst om te zien of die in 2017 kan gaan varen.

4.3.4 Gezamenlijke promotie: Amstelland als merk

De zeer beperkte informatie die over Amstelland beschikbaar is, is ook nog fragmentarisch. Zelfs een overzichtssite als www.ontdekamstelland.nl bestaat vooral uit een opsomming. Amstelland is nog geen 'merk' waar mensen zich iets bij kunnen voorstellen. Alleen mensen die het gebied kennen, of er wonen, kunnen nu een verhaal vertellen over Amstelland.

Het is precies dit verhaal dat nieuwe gasten kan aantrekken (Van der Heide 2015). Zowel toeristen als recreanten zijn geïnteresseerd in persoonlijke, authentieke verhalen en in unieke, herkenbare gebieden. Mensen komen allang niet meer alleen om iets te zien of te doen, maar vooral om iets te beleven. En om thuis iets te kunnen vertellen. Amstelland kan een begrip zijn met rijke inhoud.

Een dergelijk verhaal (met varianten) over wat Amstelland is, waar het vandaan komt, wie er wonen, wat er uniek is, wat je er kunt beleven, wordt pas authentiek en aantrekkelijk als het door de mensen van het gebied zelf wordt samengesteld en verteld. De horeca- en recreatiebedrijven van Amstelland maken deel uit van deze gemeenschap, maar vertellen dit verhaal nog niet of nauwelijks. Het wordt bovendien pas een herkenbaar verhaal als het samen wordt ontwikkeld en verteld. Daarbinnen kan ieder bedrijf uiteraard andere accenten leggen.

Het 'merk' Amstelland is een collectief goed dat behoort aan de Amstellandse gemeenschap. Het ontwikkelen en tot bloei brengen van dit merk kan de gemeenschap veel goeds opleveren en alle horeca- en recreatiebedrijven kunnen daarvan profiteren. Het schade toebrengen aan het merk ('in Amstelland is het saai') of het een lading meegeven waar een deel van de gemeenschap zich niet bij thuis voelt ('in Amstelland kun je als feestbeest helemaal uit je dak gaan'), levert negatieve consequenties op voor de gemeenschap. Met andere woorden, het ontwikkelen en onderhouden van het merk is een gezamenlijke verantwoordelijkheid. Indien het overkoepelende verhaal klopt en past bij het aanbod en bij de gemeenschap, wordt een geloofwaardig beeld van de bestemming geschetst. Deze geloofwaardigheid verhoogt de kans op een geslaagd bezoek aan de regio en kan indirect leiden tot meerdere bezoeken en mond-tot-mondreclame (Van der Heide 2015).

Daar hoort ook gezamenlijke promotie bij, ofwel het vertellen van een eenduidig verhaal. Ieder bedrijf promoot zichzelf, maar daarnaast kunnen alle bedrijven profiteren van gezamenlijke promotie van het merk Amstelland. Niet zozeer in de vorm van feitjes, maar een voorproefje van de belevenissen (Van der Heide 2015). Een goede promotiestrategie is belangrijk, omdat ongerichte promotie ook ongewenste gevolgen kan hebben die het karakter van het gebied aantasten, bijvoorbeeld in de vorm van massatoerisme. De investeringen in het ontwikkelen van het merk en in gezamenlijke promotie hebben dezelfde kenmerken als de investeringen in het spel: anderen die niet mee-investeren, kunnen toch meeprofiten. Om het vlieg wiel op gang te krijgen, is het nodig dat ondernemers het samen oppakken, in overleg met elkaar en andere belanghebbenden, en incalculeren dat een deel van de concurrenten niet mee zal doen.

Een manier om de gevolgen van dergelijke 'free-riding' te verzachten, is door zichtbaar te maken wie wél meedoen. De bedrijven die hebben meegedaan aan de 'gastheer'-cursus, kunnen een 'gastheer van Amstelland'-logo naast hun deur plakken. Het 'merk' Amstelland zou eveneens een logo kunnen krijgen dat door deelnemers gebruikt mag worden. Ook de website www.ontdekamstelland.nl kan gebruikt worden om deelnemers exposure te geven.

Volgens Van der Heide (2015) – op basis van literatuur – is een aantal ingrediënten belangrijk om te komen tot zo'n samenwerking:

- Leiders: pioniers uit het gebied met een open blik, een goed netwerk, draagvlak en durf. Iemand moet de kar gaan trekken.

-
- Een breed netwerk: samenwerking tussen ondernemers onderling, maar ook met boeren, organisaties en overheden.
 - Tijd en uithoudingsvermogen: het opzetten van een netwerk vraagt veel geduld en het netwerk moet ook onderhouden worden.
 - Draagvlak: steun van de gemeenschap.
 - Zelforganisatie: de spelregels voor de samenwerking worden binnen de groep ontwikkeld en gehandhaafd.
-

4.4 Financiering van het landschap?

Evenals het 'merk' Amstelland, is het landschap van Amstelland een collectief goed. Van schade aan het landschap, of slecht onderhoud, heeft iedereen last, terwijl iedereen kan meeprofiteren van een investering in het landschap. Daarom komt private investering in het collectieve landschap vaak niet tot stand. Evenals voor de ontwikkeling en de promotie van het merk Amstelland is ook voor de ontwikkeling en instandhouding van het landschap samenwerking nodig.

Individuele bedrijven kunnen bijdragen aan het landschap, bijvoorbeeld door sponsoring van SBA, ANV de Amstel, Landschap Noord-Holland of een individuele boer. De economische situatie van de horecasector is over het algemeen echter niet zo gunstig dat er grote donaties te verwachten zijn (zie 4.1). Wellicht zijn bedrijven wel bereid om fondsenwerving onder hun klanten te faciliteren (zie 3.6). Vele kleine bijdragen kunnen echter toch een substantieel bedrag opleveren. Het landschap van Amstelland zal ongetwijfeld deel uitmaken van het merkverhaal, als dat ontwikkeld wordt. Als een groep samenwerkende bedrijven geld bij elkaar legt om te investeren in merkontwikkeling en promotie, kan een deel van dat geld wellicht worden bestemd voor investeringen in het landschap. Als dit leidt tot meer recreanten en toeristen in Amstelland die meer besteden, verdient die investering zich terug. De boodschap 'deze bedrijven investeren samen in het landschap' maakt de bedrijven bovendien extra aantrekkelijk voor gasten.

5 Scenario's

Foto: Desiree van der Heide

De onderstaande verhalen zijn niet 'waar'. Ze zijn samengesteld in groepsgesprekken met bestuursleden van SBA en onderzoekers (hiervan is een verslag gemaakt). Met een andere samenstelling van de groep waren er waarschijnlijk andere verhalen uit gekomen. De verhalen zijn niet meer dan een middel om in gesprek te komen en na te denken over de toekomst, rollen en handelingsperspectieven. Ze vertegenwoordigen ook niet de gewenste toekomst, maar toekomst(en) waarop je voorbereid wilt zijn. In elk scenario wordt nagedacht over de benodigde rol van SBA en overheden.

5.1 Scenario 1: Sterke stad, zwakke landbouw

Amsterdam is booming in 2040, vooral de financiële en toeristische sectoren. Iedereen wil er wonen, werken en zijn. Er is behoefte aan een hoge kwaliteit van de omgeving, maar ook aan ruimte voor woningen en bedrijfspanden. Er is geld genoeg, dus er wordt onvermijdelijk gebouwd aan de randen van Amstelland. Niet zozeer in de vorm van geplande uitbreidingen, maar als privéprojecten van wie het kan betalen.

De landbouw heeft het moeilijk. De melkprijs is structureel laag doordat China haar eigen melkveehouderij groot heeft gemaakt, en de aanvoer van veevoer door internationale regels steeds duurder is geworden. Ook is de grondprijs hoog. De meeste boeren hebben geen opvolger: het landbouwbedrijf is economisch onaantrekkelijk voor de nieuwe generatie door lage opbrengsten en hoge kosten, terwijl verkoop aantrekkelijk is. Boerderijen worden grif verkocht als woonhuis. Het gros van de voormalige boerderijen is inmiddels woonboerderij met grote tuin. Er lopen meer paarden dan koeien in Amstelland. De laatste boeren zijn sterk 'verbreed' en verkopen streekproducten.

Het meeste voedsel voor de stad komt echter van ver en mensen zijn daar als wereldburger inmiddels aan gewend. Ook voor vakanties kijken ze niet meer op van afstanden: ver weg op vakantie is de norm. De kennis van het landschap dichtbij valt weg. Toch blijft er een groep stedelingen gebruikmaken van Amstelland voor recreatie. Als het even kan, komen ze met de auto. Dit leidt tot overlast. Ook is het grote aantal wielrenners een probleem voor de rust en de veiligheid. Bovendien neemt het aantal (dure) boten en bootjes toe.

Landschap en natuur krijgen het zwaar. Door het wegwijnen van de landbouw en het wegtrekken van de locals (die de huizenprijzen niet meer kunnen betalen) raakt het gebied zijn identiteit kwijt, en verdwijnt veel van de streekeigen natuur. Dit wordt niet goed gemaakt door de potpourri van tuinen. Het landschap is deels nog groen, maar versnipperd. De cultuurhistorische en natuurwaarde is grotendeels verdwenen. De Bovenkerkerpolder is inmiddels al volgebouwd en het gemeentebestuur van Amstelveen (Ouderkerk aan de Amstel is ingelijfd) heeft nu het oog laten vallen op de Ronde

Hoep, die immers toch al geen natuurwaarde meer heeft. Amstelveen, in 2014 nog uitgeroepen tot de groenste stad van Europa, staat nu zelf op de nominatie om te worden opgeslokt door Amsterdam. In dit licht is het gemeentebestuur er alles aan gelegen om het inwonertal op te schroeven en daarvoor zijn al veel groene snippers opgeofferd.

Nog meer dan voorheen is het in dit scenario van belang dat SBA de relatie met de stedeling ontwikkelt en het landschap blijft promoten. De nieuwe eigenaren, mits met voldoende kennis en waardering voor het gebied, kunnen zich ook ontpoppen tot hoeders van het landschap. Ontwikkeling van nieuwe landgoederen is denkbaar, inclusief het model van pachtboeren. Aan SBA de schone taak om de nieuwe eigenaren te doordringen van hun verantwoordelijkheid en mogelijkheden. Ook is denkbaar dat rijke stedelingen investeren in landbouwbedrijven, zodat er enkele grote bedrijven ontstaan die veel grond beheren. SBA zou via haar netwerken zo'n financieringsmodel kunnen ontwikkelen en op zoek gaan naar investeerders. Een belangrijke manier om de relatie tussen de stad en Amstelland te ontwikkelen, is het promoten van de verbrede bedrijven. Sommige zouden zich kunnen ontwikkelen tot 'community'-boerderij. Dit zijn plekken om het belang van het gebied en de landbouw tastbaar te maken. SBA moet in dit scenario een centrale plek innemen in allerlei netwerken. Daarnaast moet SBA de overheid blijven aanspreken op mogelijkheden voor versterking van Amstelland. De SBA doet er ook goed aan samenwerking te zoeken met andere burgerinitiatieven/groenbehartigers.

De overheden moeten in dit scenario aandacht hebben voor de beperkte capaciteit van het netwerk van wegen en fietspaden. Een combinatie van snelverkeer ontmoedigen en de bereikbaarheid voor langzaam verkeer vergroten, is belangrijk voor de beleefbaarheid van het gebied. In het vaarverkeer is een transitie nodig naar wind en elektrisch voor zowel de rust als de waterkwaliteit. Tot slot kan de overheid geld afromen vanuit andere delen van de economie om beheer van Amstelland te bekostigen.

5.2 Scenario 2: Sterke stad, sterke landbouw

Amsterdam is booming in 2040, vooral de financiële en toeristische sectoren. Iedereen wil er wonen, werken en zijn. Er is behoefte aan een hoge kwaliteit van de omgeving, maar ook aan ruimte voor woningen en bedrijfspanden. De stedeling heeft geld genoeg en is bereid om een mooie prijs te betalen voor bijzondere, niche-, gezonde en kwaliteitsproducten.

Met de landbouw gaat het goed, ondanks de hoge grondprijzen. Melkprijzen zijn structureel hoog door enerzijds een sterke markt voor lokale producten en anderzijds een internationale voorsprong door innovaties in de keten, met name gericht op gezonde kwaliteitsproducten. De landbouw gaat opnieuw door een technologische ontwikkeling, ditmaal gericht op circulair en energieneutraal werken. Er is geen economische reden voor verbreding van de landbouwbedrijven. Er wordt veeleer geïnvesteerd in technologie en (mooie) bedrijfsgebouwen.

Het landschap is gebaat bij de mooiere agrarische bebouwing en het landbouwkundig beheer, maar het is een wankel evenwicht door de hoge verstedelijkingsdruk. Laagwaardige stedelijke gebieden zijn inmiddels wel opgeknapt, dus nu richten de bouwers toch steeds vaker hun oog op Amstelland en met name de Bovenkerkerpolder. De natuurwaarde van het boerenland is nog verder achteruitgegaan door het rationele beheer en natuur is aangewezen op de reservaten. Voor de bouwers is dat een argument: deze landbouwkundige productie heeft weinig meerwaarde voor de stedeling en kan dus ook wel ergens anders. Dit kan ertoe leiden dat de verstedelijking doorzet, de landbouw gaandeweg uit Amstelland verdwijnt en er slechts nog enkele parkjes overblijven.

Voedsel en landbouw zijn inderdaad onpersoonlijk geworden. Recreatie in Amstelland gebruikt het landschap dus vooral als decor voor activiteiten, zoals sporten. Voor internationale toeristen is Amstelland niet erg aantrekkelijk, en ondernemers werken ook niet aan 'merk' Amstelland omdat de cultuur is: ieder voor zich. Stedelingen hebben wel behoefte aan rust in de woonomgeving, maar het is de vraag of Amstelland dat kan bieden.

SBA vervult in dit scenario een cruciale brugfunctie tussen stad en land. De landbouw doet dat niet (lokale producten liggen in de supermarkt, daarvoor hoeft je niet naar de boer). Hoewel de natuurwaarde laag is, is de landschapsstructuur nog min of meer intact. Het is aan SBA om de identiteit van het gebied te bewaken. Enerzijds moet SBA politieke tegendruk bieden bij bouwplannen, anderzijds moet SBA op zoek naar manieren om burgers te betrekken bij het gebied. Dat betekent dat SBA het verhaal moet blijven vertellen van de geschiedenis van het landschap, de rol van de landbouw en waar het voedsel vandaan komt. Recreatie is een belangrijk aanknopingspunt om met burgers in contact te komen en om het belang van het gebied te onderstrepen. Het is hard werken voor SBA in dit scenario, omdat er weinig neiging is tot samenwerking bij zowel de landbouw als de horecabedrijven, en de stedeling nog verder van zijn roots af is komen te staan. Als 'natuurlijke' partner voor de overheid is het van belang dat SBA zich blijft ontwikkelen en vernieuwen en geen instituut wordt.

De overheden dienen te zorgen voor nieuwe planologische bescherming voor natuurreservaten. Daarnaast kan het nodig zijn om 'landbouwreservaten' te creëren die gevrijwaard zijn van verstedelijking. Aan die landbouw kunnen, doordat dit de grondprijs drukt, eisen gesteld worden ten aanzien van biodiversiteit, water- en landschapskwaliteit.

5.3 Scenario 3: Zwakke stad, zwakke landbouw

Amsterdam stagneert tot gemoedelijke hoofdstad van een niet zo belangrijk land in het niet meer zo belangrijke Europa in 2040. De bevolkingsgroei stagneert ook. Er is vergrijzing, en in sommige buurten is leegstand in woningen en bedrijfspanden. De toeristen blijven komen, hoewel minder, en nostalgie wordt een belangrijke kurk voor de identiteit van Amsterdam. Ook de creatieve sectoren doen het relatief goed. De overheid is allang blij met ieder initiatief 'uit de markt'. Projectontwikkelaars en investeerders uit binnen- en buitenland kopen opportunistisch grond aan, zowel binnen als buiten de stad. Het meeste wordt (nog) niet ontwikkeld. In de stad leidt dit tot verpauperde situaties. In Amstelland tot verrommeling.

Waar de akkerbouw het nog best aardig doet, heeft de melkveehouderij het moeilijk. De consument gaat voor goedkoop. Er is al jaren te weinig geld om te investeren en de internationale concurrentiepositie is zwak. De melkprijs schommelt sterk. De grondprijs is echter laag, waardoor veel bedrijven het net volhouden. Deeltijdboeren wordt de norm: de meeste boeren zoeken een baan erbij. Ook zie je stedelingen die naast hun baan gaan boeren, met name op snippers grond in de stad en de stadsranden. Boeren vormen coöperaties, zowel voor gezamenlijke afzet als voor het delen van hun machinepark. Doordat het weinig arbeid kost, staan de koeien weer in de wei. Dit staat in schril contrast met de bedrijven die door buitenlandse investeerders zijn overgenomen: deze laten zich weinig gelegen liggen aan milieu en landschap. Ze vormen een groeiende bedreiging voor het karakter van Amstelland.

Er is in dit scenario weinig geld voor landschapsbehoud en landschapsonderhoud. Door het deeltijdboeren ontstaan overhoekjes, wat de biodiversiteit ten goede komt. De biodiversiteit verschuift echter: doordat arbeidsintensief beheer niet meer wordt gedaan, gaan de weidevogels verder achteruit. Ook de verspreide lapjes grond van projectontwikkelaars verruigen hier en daar. Verdere verrommeling wordt veroorzaakt door volkstuinten in de stadsrand.

De toeristen die Amstelland bezoeken, komen vooral voor het traditionele Hollandse plaatje van koeien in de wei. Het valt nog niet mee om daar geld mee te verdienen, maar een aantal ondernemers ontwikkelt arrangementen. Dagrecreatie van Amsterdammers is echter belangrijker voor de horeca. Die neemt toe, omdat mensen geen geld meer hebben voor buitenlandse vakanties. Horeca gaat voor basic, en richt zich op de kleine beurs.

SBA kan in dit scenario gebruikmaken van de interesse in dagrecreatie en volkstuintieren voor het vergroten van betrokkenheid van burgers bij Amstelland. SBA kan bijvoorbeeld vrijwilligers werven

voor het landschapsbeheer. Ook kan SBA druk uitoefenen op de overheden om projectontwikkelaars geen toestemming te geven om te bouwen in Amstelland en om buitenlandse bedrijven aan banden te leggen.

De overheid zal zich willen richten op deregulering, maar kan wel voorwaarden stellen. Bouwprojecten in het buitengebied zouden bijvoorbeeld gepaard moeten gaan met verbeteren van de mogelijkheden voor recreatie en landschapsbeheer. Ook kan de overheid de circulaire economie stimuleren, zodat de prijs voor lokale producten verbetert en er sterkere lokale netwerken ontstaan.

5.4 Scenario 4: Zwakke stad, sterke landbouw

Amsterdam stagneert tot gemoedelijke hoofdstad van een niet zo belangrijk land in het niet meer zo belangrijke Europa in 2040. De bevolkingsgroei stagneert ook. Er is vergrijzing, en in sommige buurten is leegstand in woningen en bedrijfspanden. De werkloosheid is hoog. De toeristen blijven komen, nostalgie wordt een belangrijke kurk voor de identiteit van Amsterdam. Ook de creatieve sectoren doen het relatief goed.

De landbouw vaart wel bij de lage grondprijzen en de extra ruimte en schaaft verder op. De productie is minder hoog dan voorheen, maar de melkprijs is goed en stabiel, en de kosten van arbeid zijn laag. Doordat de blik van de Amsterdammers meer is gericht op de regio en minder op de wereld, is een sterke regionale markt ontstaan voor zuivel en vlees. De winkelketen Marqt is groot geworden en mikt meer op de gewone burger en minder op de chique nichemarkt. Iedere toerist neemt een lokaal kaasje mee naar huis. Niet alleen de regionale, ook de wereldmarkt heeft nog steeds belangstelling voor de Nederlandse zuivel. Daardoor zijn landbouwbedrijven niet genoodzaakt tot verbreding en is er weinig wisselwerking tussen stad en landbouw. Bij stedelingen is daar echter wel belangstelling voor vanuit een nostalgisch idee van het platteland.

Het landschap gaat lijden onder de grootschaligheid van de landbouw en het uitblijven van investeringen in beheer en ontsluiting van het landschap. Er zijn geen subsidies meer voor agrarisch natuurbeheer. Stedelingen recreëren nog steeds massaal in Amstelland, maar geven geen geld uit bij de horeca. Ook dat stimuleert verbreding van de landbouw niet. Een enkele boer lukt het toch om via zijn product stedelingen aan zijn bedrijf te binden. Ook zijn er bedrijven die de goedkope arbeid inzetten in verzuiveling en leerbewerking.

SBA heeft in dit scenario weinig in handen. Het tegengaan van intensieve landbouw is geen doelstelling van SBA. SBA kan werken aan het bevorderen van werkgelegenheid en vrijwilligerswerk in Amstelland, bijvoorbeeld in het landschapsonderhoud.

De overheid kan subsidieregelingen niet meer financieren, maar kan wel sturen met regelgeving. Daarmee kan de overheid bedrijven dwingen tot inpassing in het landschap en grenzen stellen aan de intensivering. Toch zal de overheid ook daar terughoudend in zijn, aangezien de landbouw een belangrijke economische drager is geworden.

6 Conclusies

Foto: Desiree van der Heide

In dit hoofdstuk beantwoorden wij de onderzoeksvragen.

1. Wat zijn de toekomstmogelijkheden van de landbouwsector in Amstelland?

De concurrentiepositie op de wereldmarkt van de melkveehouderij in Amstelland is in vergelijking met gemiddelde melkveebedrijven in Nederland aan de zwakke kant. Dat komt door de relatief hoge grondprijzen, de geïsoleerde ligging, de bodemgesteldheid en de relatieve kleinschaligheid van de bedrijven in Amstelland. Veehouders in Amstelland zijn voor uitbreiding aangewezen op grond in Amstelland en kunnen moeilijk concurreren om grond in naburige gebieden. Voorsnog voltrekt de schaalvergroting zich in Amstelland langzamer dan elders. De melkprijs fluctueert sterk en is momenteel laag. In combinatie met de relatief hoge productiekosten in Amstelland maakt dit investeren in schaalvergroting risicovol. De gemiddelde leeftijd van Amstellandse boeren ligt hoger dan elders. Lang niet alle boeren hebben een opvolger, waardoor een deelsector is ontstaan van voormalige melkveehouders die vleesvee, schapen en/of paarden zijn gaan houden als uitfasering richting pensioen. Dit gaat om ongeveer de helft van de landbouwbedrijven in Amstelland. Hierdoor ontstaat een 'stuwmeer' van bedrijven die op termijn gaan verdwijnen.

De nabijheid van de stad biedt echter ook kansen. Naar verhouding heeft Amstelland veel verbrede bedrijven. Alle verbredingstakken zijn in Amstelland vertegenwoordigd en veruit de meerderheid van de boeren doet aan agrarisch natuurbeheer. Veel boeren in Amstelland zien hun verbrede tak echter nog niet als hoofdzaak: de agrarische tak blijft hun voornaamste focus. Ook de overige boeren blijven in meerderheid inzetten op schaalvergroting, intensivering en efficiëntie. De stad als kans is nog niet massaal omarmd. In het onderzoek zijn geen initiatieven naar boven gekomen van boeren die inzetten op beheer van stadsparken en recreatiegroen.

Dat boeren in Amstelland relatief oud zijn en een vrij grote groep bezig is met afbouwen – wat nu nog gunstig is voor het agrarisch natuurbeheer –, in combinatie met de op de wereldmarkt gerichte toekomstperspectieven van de jongeren en bedrijven met opvolger, kan op termijn invloed hebben op het landschap. Als schaalvergroting en intensivering echt gaan doorzetten, kan dat leiden tot een landschap met monotone graslanden en grote stallen. De huidige situatie kan ook nog lang doorgaan als de groep uitfaserende boeren aangevuld blijft worden. De ontwikkeling van de landbouw is echter niet zorgeloos ten aanzien van de toekomst van het landschap.

2. Wat zijn de toekomstmogelijkheden van landschap-gebaseerde bedrijvigheid in Amstelland, waaronder horeca- en recreatiebedrijven?

Er zijn geen specifieke gegevens beschikbaar ten aanzien van economische positie van horeca- en recreatiebedrijven in Amstelland. Het gemiddelde bedrijf in Nederland is klein en geen vetpot. De sector heeft in Amstelland vele gezichten: van massatoerisme tot extensief plattelandstoerisme, van lokaal gericht tot gericht op de zakelijke en kwaliteitsmarkt.

Grote aantallen fietsers en wandelaars uit de omliggende steden maken gebruik van Amstelland. Het belang van recreëren in de nabijheid van de woonomgeving neemt toe. Er komen wel internationale toeristen naar Amstelland, maar hun aantal is voornamelijk beperkt. Tegelijkertijd heeft de gemeente Amsterdam behoefte aan mogelijkheden om toerisme te spreiden vanwege het grote aantal toeristen in het centrum. De informatievoorziening over Amstelland, gericht op internationale toeristen is nog ver onder de maat. Er zijn nog zeker kansen voor groei in internationaal toerisme voor horeca- en recreatiebedrijven in Amstelland. Amstelland heeft veel te bieden als het gaat om rust, ruimte en een typisch Hollands landschap, vooral ook in combinatie met de stad. Dit unieke profiel moet nog wel ontwikkeld en gepromoot worden, bij voorkeur door de Amstellandse gemeenschap zelf. Daarbij is het ook nodig om keuzes te maken, bijvoorbeeld in hoeverre massatoerisme wenselijk is in Amstelland.

Om Amstelland te ontwikkelen en te promoten als een aantrekkelijk merk is samenwerking nodig tussen horeca- en recreatiebedrijven binnen Amstelland, de boerengemeenschap en toeristische bedrijven en organisaties in Amsterdam. Er is nog ruimte voor aantrekkelijke arrangementen. Ook de recreant kan beter bediend worden: de variatie aan activiteiten is beperkt en buiten de dorpen zijn nog weinig horecagelegenheden.

Mits de ontwikkeling van toerisme en recreatie in harmonie plaatsvindt met de unieke kwaliteiten van Amstelland, en dus gericht wordt op doelgroepen die dat kunnen waarderen, verwachten wij geen grote nadelige gevolgen voor het landschap. Veeleer biedt het versterken van de gebiedseconomie mogelijk kansen voor financiering van het landschap. Een samenwerkingsverband dat het merk Amstelland ontwikkelt en promoot, zou gezamenlijk kunnen bijdragen aan de instandhouding van het landschap, omdat dat landschap een belangrijke reden is voor toeristen en recreanten om te komen en daarmee een bestaansbron is voor de sector.

3. Hoe kan de betrokkenheid van gebruikers van het landschap vergroot worden?

Recreanten en toeristen hebben op dit moment weinig mogelijkheden om hun waardering en betrokkenheid te vertalen in een bijdrage voor het landschap. De mogelijkheden die er zijn – lid worden van de agrarische natuurvereniging, lid worden van SBA, lid worden van Landschap Noord-Holland, doneren aan een van deze organisaties, vrijwilligerswerk doen in inventarisaties en landschapsonderhoud –, lijken slecht bekend (gezien de verhouding tussen het aantal leden en het aantal daadwerkelijke gebruikers). Die bekendheid kan worden vergroot, en de drempel om bij te dragen kan worden verlaagd door het de recreant en toerist heel makkelijk te maken om bij te dragen. In aanvulling op de bestaande zouden daarvoor nieuwe manieren kunnen worden gevonden.

4. Wat is de relatie tussen de uitkomsten van 1, 2 en 3?

Het landschap is voor de landbouw zowel een bestaansbron als een bijproduct. Voor recreatie en toerisme is het landschap van Amstelland de belangrijkste basis. De kwaliteit van het landschap is voor de toekomst niet gegarandeerd. Een autonome landbouwonwikkeling levert naar alle waarschijnlijkheid niet het optimale landschap voor omwonenden, toeristen en de horeca- en recreatiesector. Voor een duurzame gebiedseconomie is het daarom noodzakelijk om verbindingen te leggen tussen landbouw, recreatie & toerisme en landschap.

Een hoog gebruik en een hoge waardering van het landschap is een belangrijk argument tegen verdere verstedelijking van Amstelland. Op die manier is de voortzetting van landbouw in het gebied

afhankelijk van de steun van de stedeling. Een mooi landschap is dus ook in het belang van de agrarische bedrijven.

Agrarische bedrijven die inzetten op agrarisch natuur- en landschapsbeheer, verbreding en het afzetten van lokale producten lopen echter risico's. Zonder steun uit de stad – in de vorm van financiering, netwerk en klandizie – blijven boerenbedrijven inzetten op de wereldmarkt, ondanks hun zwakke concurrentiepositie op die markt.

Ook horeca- en recreatiebedrijven in Amstelland vormen op dit moment nog geen economisch krachtige sector die het landschapsbeheer kan dragen. Daarvoor zou meer onderlinge samenwerking nodig zijn, en investeringen in merkontwikkeling en promotie.

SBA kan in dit krachtenveld een belangrijke rol spelen in:

- Het betrekken en aanspreken van burgers.
- Het aanjagen van samenwerking tussen horeca- en recreatiebedrijven.
- Het stimuleren van samenwerking tussen de horeca-/recreatie- en de agrarische sectoren.
- Het ondersteunen van agrarische bedrijven die willen verbreden en/of producten lokaal willen afzetten.
- Het als burgercollectief samen optrekken met de agrarische natuurvereniging.
- Het aandacht blijven vragen voor Amstelland in de politiek.

Deze aanbevelingen zijn verder uitgewerkt in het laatste hoofdstuk.

7 Aanbevelingen

Foto: Einte Bonstra

7.1 Advies aan SBA

7.1.1 Strategieën van SBA bij een onzekere toekomst

De toekomst is onzeker. De scenario's hebben inzichtelijk gemaakt dat meerdere ontwikkelingsrichtingen mogelijk zijn, met andere problemen en uitdagingen, waarin SBA verschillende rollen zou kunnen aannemen ten aanzien van de bescherming van Amstelland.

Een algemeen advies aan SBA is om gevoelig te blijven voor veranderingen in de omgeving en zelf ook te blijven bewegen en ontwikkelen. Daarvoor is het belangrijk om goed verbonden te blijven met netwerken van individuen, organisaties, bedrijven en overheden in en om Amstelland en met name Amsterdam, en waar nodig nieuwe verbindingen aan te gaan. Ook is het belangrijk nieuwe leden te blijven werven.

7.1.2 Wat kan SBA doen voor boeren in Amstelland?

De concurrentiepositie van boeren in Amstelland ten aanzien van de wereldmarkt voor zuivel is niet sterk. Daarvoor zijn de grondprijzen te hoog, is de bodemgesteldheid te ongunstig, de ligging te geïsoleerd en zijn de bedrijven gemiddeld genomen te klein. In andere waardeproposities is de landbouw in Amstelland echter wel sterk. Dat gaat met name om het mooie landschap met biodiversiteit, lokale producten en verbrede activiteiten. SBA kan, door een brug te slaan naar de stad, de landbouw ondersteunen zich verder te ontwikkelen in die richting. Met het organiseren van de Amstellanddag en bijeenkomsten geeft SBA al een podium aan verbrede bedrijven en de agrarische natuurverenigingen. In overleg met de sector kan die netwerk- en schakelfunctie wellicht nog worden versterkt. Ook zou SBA belangenbehartiging van verbrede boeren en de ANV bij gemeenten,

waterschap en provincie kunnen ondersteunen. Voor de ontwikkeling van de landbouw is het immers belangrijk dat ruimtelijke ordening de grondprijzen helpt beheersen en planologisch ruimte biedt aan verbrede boerenbedrijven. Ook kunnen boerenbedrijven meer betrokken worden bij beheer van recreatieterrainen en andere publieke grond. Tot slot kan SBA bij lokale en regionale overheden aandringen op extra fondsen voor agrarisch natuur- en landschapsbeheer. Daarnaast zou SBA zich kunnen opstellen als 'burgercollectief' voor private ondersteuning en financiering van agrarisch natuur- en landschapsbeheer in Amstelland (Westerink *et al.*, 2015). Dat zou betekenen dat SBA nog meer dan nu zou inzetten op het werven van beschermers/donateurs en bijdragen voor het landschap. Samen met de ANV kan SBA werken aan een investeringsprogramma waarin keuzes worden gemaakt welk beheer wordt ondersteund.

7.1.3 Hoe kan SBA omwonenden beter betrekken?

Op het moment dat de overheid zoekt naar manieren om haar rol te verkleinen door het bezuinigen op subsidies en het versoepelen van regels, worden lokale burgerinitiatieven extra belangrijk. Dit geldt in het bijzonder voor het landschap. Het landschap is een collectief goed: individuele acties kunnen de waarde van het landschap voor het collectief beschadigen. Van de overheid kunnen we niet meer vanzelfsprekend aannemen dat deze opkomt voor ons collectieve belang. Burgerinitiatieven zoals SBA geven burgers de gelegenheid om toch als groep hun stem te laten horen.

SBA doet al veel aan promotie van Amstelland en aan het werven van nieuwe beschermers. Wij bevelen aan dat SBA daar onverminderd mee doorgaat, en nadenkt over het bereiken van nieuwe doelgroepen (wielrenners? yups? gezinnen met kinderen?). Het kan nodig zijn om daarvoor het huidige arsenaal van communicatiemethoden uit te breiden.

SBA kan zich richten op het makkelijk maken voor omwonenden om bij te dragen aan het landschap. Dat kan door duidelijk te maken dat het landschap niet vanzelf goed beheerd wordt, en dat boeren graag het landschap goed beheren, maar dat het beheer geld kost. Vervolgens kan omwonenden gevraagd worden of ze willen bijdragen en kan hun een concrete mogelijkheid geboden worden om bij te dragen. Bijvoorbeeld door:

- een top-up op de contributie aan SBA, bestemd voor het landschapsbeheer;
- een QR-code in het landschap om direct met je creditcard te doneren aan de ANV;
- een 'fooienpot voor het landschap' naast de kassa van horecagelegenheden;
- nieuwe beschermers werven op de Amstellanddag en hen direct ook lid maken van de ANV.

Het laten zien van resultaten van eerdere investeringen in het landschap kan ook helpen om mensen enthousiast te maken.

Daarnaast kan SBA zich nog meer dan nu opwerpen als spreekbuis van bewoners. SBA heeft goed contact met de gemeenten en organiseert bijeenkomsten voor beschermers en belangstellenden. Die belangstellenden kunnen wellicht nog actiever worden uitgenodigd.

7.1.4 Hoe kan SBA de gebiedseconomie helpen versterken?

SBA kan inzetten op het versterken van een wederkerige relatie tussen het landschap en de gebiedseconomie. SBA zou desgewenst een voortrekkersrol kunnen nemen in het ontwikkelen van het 'merk' Amstelland en het op die manier aanjagen van samenwerking tussen bedrijven en organisaties gericht op recreatie, toerisme en landschapsbeheer. SBA vervult ook nu al een stimulerende rol en ondersteunt een werkgroep van ondernemers die Amstelland wil promoten. Er is al een gezamenlijke website en er zijn arrangementen ontwikkeld: deze kunnen verder ontwikkeld worden. SBA kan erop aansturen dat het samenwerkingsverband een spin-off heeft in de vorm van financiering van het landschap. In de voorgaande hoofdstukken zijn daarvoor ideeën aangereikt. Daarnaast kan SBA het belang van gezamenlijke promotie onderstrepen, om daadwerkelijk meer inkomsten naar het gebied te halen. Een belangrijke vraag is wie er verantwoordelijk zou moeten zijn voor de promotie van het gebied. Ook moet SBA zich afvragen of ze de spil van het netwerk wil blijven als de samenwerking eenmaal op gang is gekomen.

Als SBA een rol ziet voor zichzelf in het organiseren van financiering van het landschap, is verbreding van het Landschapsfonds het overwegen waard. Op dit moment is het Landschapsfonds gekoppeld aan de Streekrekening en staat deze niet open voor andere bijdragen. Mocht de vraag aan burgers en bedrijven om bij te dragen aan het landschap een succes worden, is een infrastructuur nodig om hun bijdragen te bundelen en te verdelen onder landschapsbeheerders. Met lage aantallen donaties kan dat via SBA of de ANV, maar met grote aantallen en grote bedragen kan een aparte rechtspersoon geschikter zijn.

7.1.5 Wat kan/moet SBA aan de overheid vragen?

Erkennen dat de overheid verandert, wil niet zeggen dat de overheid geen relevante gesprekspartner meer is voor SBA. Integendeel: het is juist belangrijk dat SBA bij de overheid blijft aandringen op zorg voor en betrokkenheid bij het gebied. Goede ruimtelijke ordening blijft van levensbelang voor de toekomst van Amstelland, evenals publieke financiering van natuur- en landschapsbeheer door boeren en terreinbeherende organisaties. Hoewel dit onderzoek het belang benadrukt van betrokkenheid én financiële bijdragen van burgers/recreanten en bedrijven in Amstelland, verwachten wij niet dat deze bijdragen die van de overheid overbodig zullen maken. De private geldstroom staat vooralsnog niet in verhouding tot de publieke.

Om een breder draagvlak te krijgen onder de financiering van het landschap, is het nodig dat een netwerk van bedrijven en organisaties in het gebied wordt opgebouwd en onderhouden. Dit kan zeker in het begin veel tijd kosten. SBA kan de overheid vragen om bij te springen in de kosten daarvan.

7.2 Advies aan andere gebiedsactoren

Het behoud van de huidige kwaliteiten van Amstelland is verre van gegarandeerd. Dat is niet alleen een zaak van SBA, maar ook van bewoners en omwonenden van het gebied, boeren, horeca- en recreatiebedrijven, Groengebied Amstelland, Landschap Noord-Holland, de ANV, organisaties van het maatschappelijk middenveld, Waterschap Amstel Gooi en Vecht, gemeente Ouder-Amstel, gemeente Amstelveen, gemeente Amsterdam, Provincie Noord-Holland en diverse andere partijen. De overheid kan de verantwoordelijkheid voor het landschap niet uit handen laten vallen, maar de toekomst van Amstelland kan ook niet alleen aan de overheid worden overgelaten.

In het verleden is intensief samengewerkt om beleid te ontwikkelen voor de Amstelscheg, met name door overheden onderling. Ook zijn er projecten geweest met een bredere samenstelling, zoals in verband met de voorbeeldgebieden 'Investeren in landschap'. Het is nodig om opnieuw en op structurelere basis samenwerkingsverbanden op te zetten. Daarvoor is een initiatiefnemer nodig.

Meer concreet is het nodig dat het gebied zelf een merkverhaal ontwikkelt en uitdraagt. Ook daarvoor is een initiatiefnemer nodig: in de horeca- en recreatiesector lijkt vooralsnog niemand op te staan. Overheden kunnen dit aanjagen door hiervoor tijdelijk capaciteit in menskracht of financiering beschikbaar te stellen. Verder kan de horeca- en recreatiesector nog veel verbeteren als het gaat om het ontwikkelen van activiteiten en arrangementen en het bekendmaken daarvan, ook in het Engels.

Voor een landschap met een hoge kwaliteit dat door landbouwbedrijven wordt gevormd en beheerd, is het noodzakelijk dat financiering beschikbaar komt in aanvulling op de huidige subsidies voor agrarisch natuurbeheer. Ook daarvoor bevelen wij aan dat overheden, burgers en bedrijven met elkaar samenwerken. Financiering kan op diverse manieren worden vormgegeven: behalve beheervergoedingen valt te denken aan financiële participatie, grondconstructies, vrijwilligerswerk en uitrui in natura (zie bijvoorbeeld Westerink *et al.*, 2015). Grondeigenaren zoals Groengebied Amstelland kunnen de landbouw ondersteunen door boeren in te zetten bij het beheer. Daarnaast is aandacht nodig voor bedrijfsopvolging. Bedrijfsopvolging is een beslissend moment: als er geen opvolger is, gaat de grond naar een ander en als er wel een opvolger is, is het vaak een moment voor het inzetten van veranderingen en het doen van investeringen die voor de langere termijn de koers

uitzetten. Wij bevelen aan dat de provincie de ANV- en/of de LTO-afdeling ondersteunt bij het maken van een plan hiervoor, waarbij het aantrekken van nieuwe boeren uit de stad een optie kan zijn.

Boeren raden wij aan om de kansen die de nabijheid van de stad biedt, nog serieuzer te nemen, evenals het risico dat het draagvlak in de stad onder het tegenhouden van verstedelijking verdwijnt bij een te lage landschapskwaliteit. Het loont de moeite om natuurinclusieve bedrijfssystemen verder te verkennen (Polman 2015, Westerink *et al.*, 2013), evenals mogelijkheden voor verbreding en vermarkting van Amstellandproducten. In principe leent Amstelland zich voor alle typen van verbreding, inclusief verblijfsrecreatie (dit heeft Amstelland voor op veel andere stadsrandgebieden). Het is belangrijk dat boeren verbredingsactiviteiten kiezen waar zij en/of hun partner affiniteit mee hebben³. Ook is het belangrijk om te bouwen aan relaties met stedelingen, hun organisaties – zoals SBA – en gemeenten. Zij zijn nodig als ambassadeurs en verdedigers van de landbouw in Amstelland en kunnen helpen bij het ontwikkelen van nieuwe markten en innovatieve oplossingen.

Ruimtelijke ordening blijft een van de belangrijkste randvoorwaarden voor het behoud van landschapskwaliteit en het haalbaar houden van landbouw in de Amstelscheg.

Tot slot: als een bloeiend stadsrandgebied, met een sterke gebiedseconomie, een hoge landschapskwaliteit en een sterke stad-landgemeenschap van burgers, boeren, bedrijven en overheid ergens moet kunnen, is het in Amstelland. Wij verwachten dat samenwerking veel kan opleveren.

³ In het onderzoeksprogramma Multifunctioneel en in de periode daarvoor door de Taskforce Multifunctionele Landbouw is veel materiaal ontwikkeld voor boeren die willen verbreden of dat al doen. Zie <http://multifunctionelelandbouw.net> en http://www.stadlandrelaties.nl/nl_nl/publicaties/multifunctionele-landbouw/.

Bronnen

- Abrahamse, J.E., M. Kosian en E. Schmitz (Eds.) (2012). Atlas of Amstelland. The biography of a landscape. Bussum: Thoth Publishers.
- Amsterdam (2011). Structuurvisie Amsterdam 2040. Amsterdam: Gemeente Amsterdam.
- Beekhoven, J. en E. Buijs (2014). Recreatie in de regio Amsterdam. Een gecombineerde analyse van de gegevens van het O+S onderzoek en de provinciale recreatiemonitor. Haarlem/ Amsterdam: Recreatie Noord Holland en Gemeente Amsterdam.
- Cottelleer, G., J. Luijt, J.W. Kuhlman en K.G. Gardebroek (2007). Oorzaken van verschillen in grondprijzen. Een hedonische prijsanalyse van de agrarische grondmarkt. Wettelijke onderzoekstaken Natuur & Milieu, Wageningen. pp. 84.
- DLG (2010). Beheergrondbank Amstelland. Een verkenning. Utrecht: Dienst Landelijk Gebied.
- Drift, S. van der (2015). Revealing spatial and temporal patterns from Flickr photography. A case study with tourists in Amsterdam. MSc thesis Wageningen University, thesis code number: GRS-80436.
- Gil de Oliveira, Ana, Saskia Kempen, Nurul Shakila Khalid, Ilario Ianni, Imme Widdershoven, Fanny Olsthoorn en Ileen Kok (2015). International Tourism in Amstelland. HopOnAmstelland studentengroep ('taking tourists into the wild').
- Groengebied Amstelland (2014). Recreatiemonitor: aantal bezoeken en enquêtes Groengebied Amstelland 2013. Haarlem: Recreatie Noord-Holland NV.
- Hofhuis, H., S. van der Leur, C. Navarro Rodriguez, A. van der Wal en N. Warmelink (2015). Ondernemen in het groen. De visies en belangen van recreatieondernemers in Amstelland. ST!P studentengroep.
- Kempen, H. van en H. Smeets (2013), Het Grote Groenonderzoek 2013. Het bezoek aan en gebruik van parken, recreatiegebieden en groen in de woonomgeving van Amsterdam. Amsterdam: Gemeente Amsterdam, Bureau Onderzoek en Statistiek.
- Kempenaar, A., J. Kruit, P. van der Jagt, J. Westerink, L. Heutinck, L. Jeurissen (2009). Multifunctionele Landbouw en Landschap, Alterra-rapport 1937.
- Leistra, G.R. (2014). Future Amstelland. In: Leistra G.R., Different shades of green: reflections on the legitimacy of Dutch nature policy and practices. Wageningen University Dissertation. Pp.96-115.
- LTO-Noord (2013). Landbouwvisie Amstel, Gooi en Vechtstreek. LTO Afdeling GVA, ANLV Vechtvallei en ANV De Amstel.
- NME (2010). Onderzoek NME en schooltuinen regio Amstelland en de Meerlanden 2009. Aalsmeer [etc.]: Natuur- en Milieu Educatie. <http://edepot.wur.nl/177190>.
- Polman, N., Dijkshoorn, M., Doorneweert, B., Rijk, P., Vogelzang, T., Reinhard, S., Heideveld, A. (2015). Verdienmodellen natuurinclusieve landbouw. LEI Wageningen UR, brochure.
- Overbeek, M.M.M. & R.P.M. de Graaff (2009). Investeren in landschap; bewoners en bedrijven in Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek. Den Haag, LEI Wageningen UR, Rapport 2009.014. <http://edepot.wur.nl/2912>.
- Overbeek, M.M.M. & R.P.M. de Graaff (2010). Blauwe ogen schieten tekort. Lessen voor sponsoring van landschap. Den Haag, LEI, onderdeel van Wageningen UR, Rapport 2010-001. <http://edepot.wur.nl/51813>.
- Overbeek, M.M.M. (2011). Lessen voor succesvol investeren in landschap. Den Haag: LEI, onderdeel van Wageningen UR, LEI-publicatie 11-119 <http://edepot.wur.nl/189125>.
- Overbeek, M.M.M., R.P.M. de Graaff & T. Selnes (2011). Investeren in landschap. Lessen uit de gebiedsprocessen in Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek. Den Haag: LEI, onderdeel van Wageningen UR, Rapport 2011-001. <http://edepot.wur.nl/161336>.
- Regt, W.J. de (2004). Grondtransacties in twee Rijksbufferzones van West-Nederland \ Groene ruimte in de Randstad: een evaluatie van het rijksbeleid voor bufferzones en de Randstadgroenstructuur. In: PBL. Groene ruimte in de Randstad. Planbureau rapporten 6. <http://edepot.wur.nl/214798>.
- RLI (2014). Doen en laten. Effectiever milieubeleid door mensenkennis. Den Haag: Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur.
- Schaik, P. van en J. Hoogendoorn (2012). De Bovenkerkerpolder. Voorpost van het Groene Hart. Gebundelde heruitgave van 'De geschiedenis van de Bovenkerkerpolder' en 'Toen leefde de Bovenkerkerpolder van de wind'. Amstelveen: Vereniging Historisch Amstelveen.

-
- Schrijver, R.A.M. & Naeff, H.S.D. (2011). Concurrentiepositie melkveehouderij Midden-Delfland. Wageningen: Alterra, Alterra-rapport 2156 - 34 p. <http://edepot.wur.nl/167250>.
- Schrijver, R.A.M., & Westerink, J. (2013). Maatschappelijke baten van agrarisch natuurbeheer : agrarische ecosysteemdiensten naar collectieven van boeren en burgers. Wageningen, NL: Alterra Wageningen UR. Brochure.
- Steggerda, M. (2015). "Hoe boeren we in Amstelland?" Een verkenning van de verschillende perspectieven van boeren in Amstelland op de toekomst van de sector. Stageverslag Wageningen Universiteit.
- Trimbos, K, F. Visbeen & S. van Keulen (2013). Jaarboek weidevogels Noord-Holland 2012. Heiloo, Kenniscentrum Weidevogels.
- Van der Heide, D. (2015). Toerisme en recreatie in Amstelland. Een verkenning van de huidige situatie rondom promotie en organisatie van toerisme in Amstelland. Stagerapport.
- Venema, G., B. Doorneweert, K. Oltmer, M. Dolman, M. Breukers, L. van Staaluijn, A. Roest en A. Dekking (2009). Wat noemen we verbrede landbouw? Verkenning van definities en informatiebehoeften. Den Haag, LEI Wageningen UR.
- Vigoda, E. (2002). From responsiveness to collaboration: Governance, citizens, and the next generation of public administration. *Public Administration Review*, 62(5), 527-540.
- Westerink, J., A.H.F. Stortelder, F.G.W. A. Ottburg, T.A. De Boer, R.A.M. Schrijver, C.K. De Vries, M. Plomp, E.A.A. Smolders, F. Eijssink en G.H. Bulten (2013). Boeren voor Natuur; Hoe werkt het en wat levert het op? Wageningen: Alterra Wageningen UR. Alterra-rapport 2472.
- Westerink, J., Vogelzang, T., Rooij, S. v., Holster, H., Alebeek, F. v., & Schrijver, R.A.M. (2015). Kom over de brug! Op weg naar boer-burgercollectieven voor natuur- en landschapsbeheer. Tips voor agrarische natuurverenigingen en groene burgergroepen. Wageningen, NL: Alterra Wageningen UR. Brochure.

Relevante beleidsdocumenten:

Bestuursakkoord Amstelscheg
Gebiedsperspectief en beeldkwaliteitsplan Amstelscheg
Provinciale structuurvisie
Amstel tussen stad en land: ontwikkelstrategie voor de Amstelscheg
Atlas schetssessies Amstel tussen stad en land
Structuurvisie Amsterdam 2040

Wageningen UR, Wetenschapswinkel
Postbus 9101
6700 HB Wageningen
T (0317) 48 39 08
E wetenschapswinkel@wur.nl

www.wageningenUR.nl/wetenschapswinkel

Wageningen UR (University & Research centre) ondersteunt met de Wetenschapswinkel maatschappelijke organisaties als verenigingen, actiegroepen en belangenorganisaties. Deze kunnen bij ons terecht met onderzoeksvragen die een maatschappelijk doel dienen. Samen met studenten, onderzoekers en maatschappelijke groepen maken wij inspirerende onderzoeksprojecten mogelijk.