



Koers
2025



Beleidsplan



KHN Beleidsplan: Koers 2025

Voor je ligt het beleidsplan KHN Koers 2025. In dit plan lees je waar we als vereniging voor staan, wat we willen bereiken voor de horeca, en hoe we dat samen gaan doen.

We staan middenin een samenleving die snel verandert. Geopolitieke spanningen, economische onzekerheid, klimaatuitdagingen, technologische ontwikkelingen en een structureel krappe arbeidsmarkt raken ook onze sector. Daarom starten we dit plan met een centrale vraag: wat gebeurt er om ons heen?

De trendanalyse vormt het vertrekpunt van dit plan. Want pas als we goed in beeld hebben wat er op ons afkomt, kunnen we als sector en vereniging een koers bepalen die realistisch én toekomstgericht is. Op basis van die context zetten we in 2025 gericht in op vier hoofdthema's:

- Werkgeverschap - zorgen voor voldoende goed personeel, aantrekkelijk werkgeverschap en toekomstbestendige arbeidsvoorwaarden.
- Ondernemerschap - ruimte creëren om te ondernemen, met minder regeldruk, betere wetgeving en meer waardering voor het mkb.
- Duurzaamheid - samenwerken aan een duurzame en toekomstbestendige horeca.
- Innovatie - ondernemers ondersteunen bij digitalisering, het benutten van data en nieuwe technologie zoals AI.

Daarnaast blijven we aandacht geven aan belangrijke onderwerpen zoals een eerlijk speelveld, toerisme, veilig en gezond voedsel, verantwoord alcoholbeleid, en veiligheid & ondermijning.

Dit beleidsplan is geen statisch document. De wereld verandert snel, en dat vraagt om flexibiliteit. Maar onze koers is helder: samen bouwen we aan een sterke, veerkrachtige en toekomstbestendige horeca.

We wensen je veel herkenning en inspiratie bij het lezen van dit plan. We hopen op jouw betrokkenheid, want samen maken we het verschil.

Met vriendelijke groet,

Marijke Vuik

Voorzitter Koninklijke Horeca Nederland



OVER KHN

Koninklijke Horeca Nederland (KHN) is dé branchevereniging voor de horeca. In Nederland behartigen wij de belangen van ca. 17.000 horecabedrijven waar 517.000 mensen (circa 290.000 fte) kunnen werken. De totale jaaronzet van alle de traditionele horeca in 2024 bedroeg 32,5 miljard euro.

ONZE MISSIE EN VISIE

De missie van Koninklijke Horeca Nederland.

We zijn er voor alle horecaondernemers. We ondersteunen onze leden, komen op voor hun belangen, stimuleren samenwerking, en zetten ons in voor innovatie en duurzaamheid om de economische kracht van de horeca te versterken. We laten de unieke maatschappelijke rol van de horeca zien en pakken samen uitdagingen aan waarvoor wij als samenleving staan.



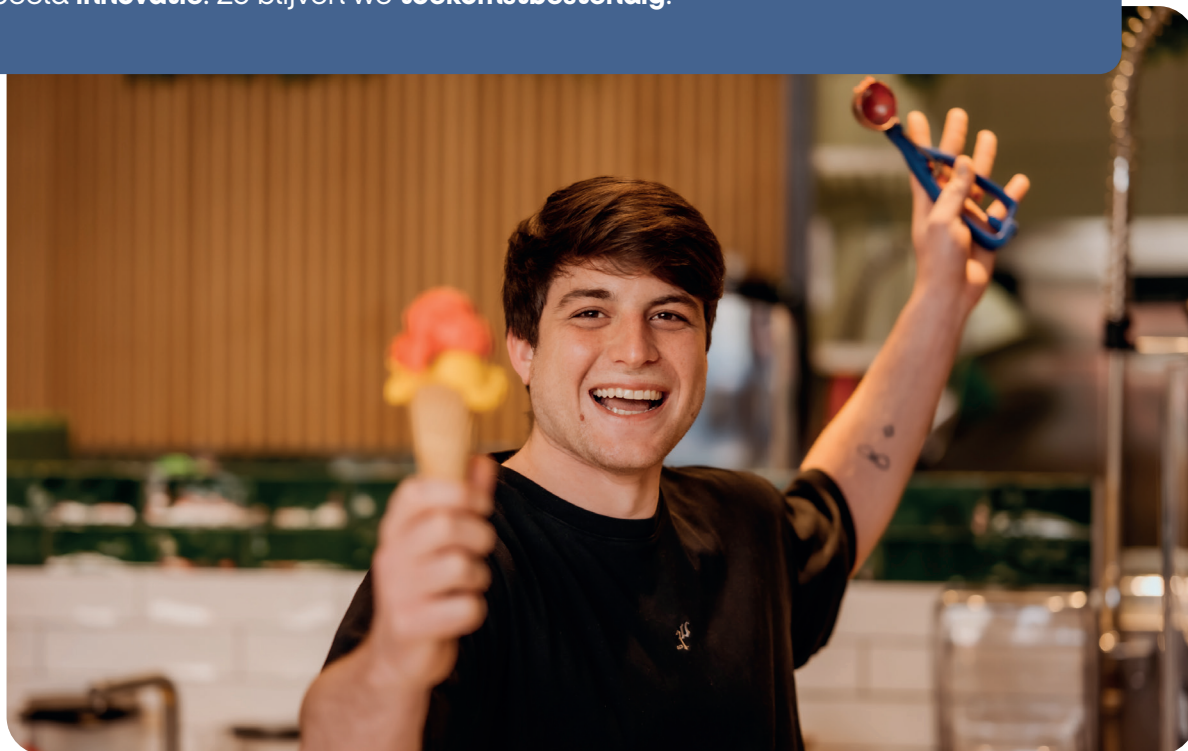
Onze visie op de mens.

Iedereen is van nature op zoek naar **verbinding**, **veiligheid** en bijzondere **belevingen**. Voor ondernemers betekent dit dat met name **bestaanszekerheid**, **verbondenheid** en **contact met gelijkgestemden** van belang zijn.

We vinden het belangrijk dat iedere horecaondernemer zich herkent in wat wij willen zijn:

- **ondernemend, toegankelijk, gastvrij, inclusief en betekenisvol;**
- een vereniging waarvan ondernemers **vanzelfsprekend lid** worden, elkaar vinden in al hun **diversiteit**, **krachten bundelen**, **kennis uitwisselen** en elkaar **inspireren**.

We zoeken samen naar **oplossingen** voor vraagstukken en delen kennis op het gebied van bijvoorbeeld **innovatie**. Zo blijven we **toekomstbestendig**.



Onze visie op de maatschappij.

In een samenleving waarin technologie zich snel ontwikkelt en individualisering toeneemt, wordt **verbinding** steeds belangrijker.

Wij zien de horeca als een unieke plek die bijdraagt aan **ontmoeten**, **ontspannen** en **ontzorgen**.

De horecabranche is de **verbindende factor** in de maatschappij. De branche biedt een plek waar iedereen elkaar kan ontmoeten en een oplossing voor een wereld waarin sociale interactie steeds minder vanzelfsprekend is.

De horeca draagt bij aan **sociale cohesie** en een prettig **leef- en ondernemersklimaat** voor inwoners en bedrijven. Daarnaast vinden veel jonge mensen hun **eerste baan** in de horeca. Daar doen ze **sociale vaardigheden** op waarvan ze de rest van hun leven profijt hebben. Dat alles maakt de branche **onmisbaar** voor onze samenleving.

Onze visie op de markt.

In de samenleving vindt een transitie plaats waarin **innovatie** en **duurzaamheid** een grote rol spelen. Ook neemt de vraag naar **gezonde en verantwoorde opties** toe.

De markt vraagt om ondernemers die flexibel zijn en inspelen op maatschappelijke en economische ontwikkelingen, samen werken aan een **toekomstbestendige horeca** en een **bijdrage** leveren aan de **wereld om ons heen**. Ook daarin nemen we onze verantwoordelijkheid. **Gastvrijheid** blijft daarbij het belangrijkste speerpunt van alles wat de horeca onderneemt.

Als vereniging zetten we ons op een **positieve manier** in voor horecaondernemers. We **inspireren** ze om deze uitdagingen aan te gaan, ondersteunen ze in goed werkgeverschap en creëren volop **ruimte om te ondernemen**.

We positioneren de branche als een **proactieve speler** die inspeelt op de kansen en uitdagingen van deze tijd en die van de toekomst, waarbij **samenwerking** binnen én buiten de branche centraal staat.





Economische ontwikkelingen

- Onzekerheid over economische groei of krimp door geopolitieke spanningen en tekort of mismatch op grondstoffenlevering (gevolg hoge prijzen/inflatie voor een wat langere tijd en wellicht minder volumegroei);
- We leven in een tijd van grote transitie; waar verduurzaming een must is en in toenemende mate wordt gestuurd door Europa en Den Haag. Er zullen steeds meer verduurzamingsverplichtingen komen naast de reeds bestaande verplichtingen (denk aan plastic en verpakkingen (sup/ppwr), verplichtingen voor rapportering van verduurzamingsinspanningen (csrd), verplichtingen tot verduurzaming van de gebouwde omgeving, nationale targets op terugdringen voedselverspilling, de nationale ambities om volledig 'van het gas' te gaan en te elektrificeren. De lange termijn doelen (klimaatneutraliteit, van fossiele energiebronnen naar zoveel mogelijk duurzaam opgewekt) zijn duidelijk en begrijpelijk maar zorgen op de kortere termijn voor enorme investeringsopgaven en ook praktische uitdagingen (netcongestie, bereikbaarheid binnensteden door zero emissie zones) voor ondernemers;
- Verkooprijzen blijven achter op inkooprijzen en personeelskosten, rendement blijft hierdoor achter op omzetvolume. Toename regeldruk, accent op hygiëne, gezondheid, milieu;
- Voor investeerders gaat naast verwacht economisch rendement ook impact op mens en milieu tellen bij financieringsaanvragen;
- Het tekort aan personeel is minder dan twee jaar geleden maar nog steeds aanwezig en structureel;
- Spreiding in consumptie richting 24-uurs economie;

Ondernemen

- Nieuwe bedrijfsconcepten, versneld door coronacrisis, kortere houdbaarheid;
- Ecologische impact belangrijk voor gast en medewerker
- Online platformen voor zoeken, boeken, bestellen en beoordelen:
 - claimen een steeds dominantere rol in het spel van vraag en aanbod;
 - veroorzaken verschuiving in de relatie met de consument;
 - groei bezorg- en afhaalmarkt, opkomst 'dark kitchens' in grote steden
- Beschikken over en gebruikmaken van data is 'key';
- De markt van particulieren die ook horecadiensten aanbieden, mn op het gebied van logiesverstrekking via bv AirBNB, blijft zich ontwikkelen; Het 'kennen' van je gast en een goede doelgroepstrategie is essentieel;
- Systematisering en rationalisering mede als gevolg van personeelsgebrek. Verdere opmars van procesgestuurde, formulematige verstrekking van horecadiensten; (als gevolg hiervan) schaalvergroting, retailisering van de horeca en meer concurreren op prijs (smalle marges);
- Meer automatisering en robotisering; artificial intelligence (AI) biedt extra kansen voor verdere verbetering efficiëntie cq verbeteren gastcontact
- Het 'DNA' van je bedrijf en het blijven verrassen van gasten is belangrijker dan ooit;
- Tweeverdieners en alleenstaanden nemen toe; meer vraag naar horecamomenten gemak.
- In toenemende ontstaan er lokaal discussies, in Nederland mn in Amsterdam, over massatoerisme/ overtoerisme;
- Regeldruk, niet alleen vanuit Den Haag en Brussel maar juist ook van gemeenten, (bijvoorbeeld ten aanzien van evenementen) blijft maar toenemen en is naast personeelskrapte het grootste zorgpunt voor ondernemers.
- Onder jeugd wordt drugsgebruik steeds meer 'normaal' met als gevolg een toenemend aantal mensen dat slecht aanspreekbaar of corrigeerbaar is

Arbeid en Personeel

- Het tekort aan (vak)mensen in het hele land is en blijft groot, alhoewel er wel een inhaalslag is gemaakt in de twee jaren na de coronapandemie;
- Flexibiliteit blijft het sleutelwoord, maar de wijze waarop dit kan wordt wettelijk beperkt;
- De vraag naar vakmensen die breed en multi-inzetbaar zijn, blijft. Leven Lang Ontwikkelen wordt steeds belangrijker in een snel veranderende samenleving;
- De horeca is altijd een overwegend jonge bedrijfstak geweest. Voor de huidige jongere is een goede werk-privébalans een must;
- Een aanzienlijke groep jonge werknemers (43%) laat ook duurzaamheidsinspanningen van werkgevers meewegen bij de keuze om ergens te gaan werken of blijven werken;
- Door arbeidstekorten hebben medewerkers meer te eisen; goed HR-beleid is cruciaal om medewerkers te binden en te behouden;
- Een groeiende groep vitale ouderen biedt kansen voor parttime inzet;
- Krapte op de arbeidsmarkt bevordert dat ruimte ontstaat voor iets minder voor de hand liggende doelgroepen zoals mensen met een arbeidsbeperking. Ook hier liggen kansen;
- Aandeel medewerkers in de horeca die op ZZP-basis werken neemt toe, maar wettelijke beperkingen zijn in aantocht;
- Nieuwe technologieën zoals AI en robotisering winnen langzaam terrein, ook als (gedeeltelijk) alternatief voor handelingen die anders door mensen moeten worden verricht;
- De competitie tussen de horeca- en andere sectoren om personeel te krijgen is hoog. Steeds meer sectoren investeren in hogere lonen en aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden om deze strijd te winnen.

De gast

- Vindt gezondheid en veiligheid belangrijker dan ooit.
- Vindt duurzaam en verantwoord vanzelfsprekend en laat dit in toenemende mate meewegen bij de keuzes die hij maakt, ook in de horeca;
- Verwacht de multiculturele samenleving ook terug te zien in het horeca-aanbod

- Is mondig, geïnformeerd en veeleisend;
- Zoekt betekenis;
- Verwacht altijd, overal en op ieder moment service en kwaliteit;
- Is niet meer in traditionele 'hokjes' in te delen;
- Is gevoelig voor kortingsacties;
- Jongeren komen vaker in de horeca maar besteden per bezoek minder;

Lifestyle

- Een horecazaak moet aansluiten bij de persoonlijke levensstijl van gast;
- Gasten zoeken actief naar gelijk-gestemden. Via digitale en fysieke communities of 'zwermen' vinden zij elkaar;
- Hyperpersonalisatie waarbij de gast zelf in staat is zijn ervaring in te richten;
- Wonen, werken, recreëren en verplaatsen wisselen elkaar continu en naadloos af. Degast is hyperactief en wil steeds meer tegelijkertijd kunnen doen;
- Meer hybride/thuiswerken of op locatie werken (anders dan op kantoor/in het bedrijf) heeft impact op verschillende horecaconcepten en locaties en brengt zowel kansen als bedreigingen met zich mee;
- Meer aandacht voor productinformatie, bereidingswijzen en lokale ingrediënten;

Bestuurlijke veranderingen

- Europa stelt vaker kaders vast voor het beleid in Nederland
- Politiek trekt zich op bepaalde thema's terug en maakt daar plaats voor gestimuleerde zelfregulering;
- Politieke landschap (zowel landelijk als lokaal) raakt meer versplinterd, waardoor bij belangenbehartiging brede coalities moeilijker worden gevonden;
- Gemeenten krijgen meer taken, waaronder een meer keten- en omgevingsgerichtoetsing rond horecaverGUNningen, milieueisen, lokale lasten en belastingen e.d.;
- De gemeente wordt voor de horeca een nog relevantere partij voor belangenbehartiging, lokaal overleg en inspraak;

HOT TOPICS VAN DE BELEIDSINZET

De HOT Topics van de beleidsinzet zijn de thema's waar KHN proactief op inzet. Dat zijn de volgende thema's:

- Werkgeverschap
- Ondernemerschap
- Duurzaamheid
- Innovatie

Werkgeverschap

Ondernemers en hun personeel 'maken' de gastvrijheid die kenmerkend is voor de horeca. Voldoende en goed personeel is dan ook een onmisbaar element voor een succesvol horecabedrijf. Ook de horeca kampt met grote uitdagingen om voldoende mensen te vinden. Hoewel het laatste jaren de druk iets minder is geworden, moeten we er rekening mee houden dat de druk om voldoende personeel te vinden permanent hoog zal blijven. Het is belangrijk om te investeren in de horeca als een aantrekkelijke sector om te werken en carrière te maken. Dat lukt niet alleen door het bieden van een fatsoenlijk arbeidsvoorwaardenpakket maar daar hoort ook bij goed en professioneel werkgeverschap en het bieden van loonbaanperspectieven.

De komende jaren zal de inzet van KHN op het thema Arbeid en Werkgeverschap voor een belangrijk deel worden bepaald door de uitvoering van het KHN Actieplan Arbeidsmarkt. Het doel van dit plan is om de sector te ondersteunen in het behouden en vinden van voldoende medewerkers. Diezelfde doelstelling heeft ook het Hospitality Pact waarin de hele toeristische en gastvrijheidssector met het onderwijs samenwerkt en waarin KHN een actieve rol vervult.

Vanaf 2025 is hiervoor meer financiële armslag door de oprichting in 2024 van het Horeca Ontwikkel Platform (HOP). Met dit platform zet KHN zich – samen met de vakbonden – in om de sector, maar ook individuele werkgevers en werknemers, de genoemde uitdagingen het hoofd te bieden. Zo wordt het mogelijk om vanuit het platform arbeidsmarktcampagnes te financieren, maar ook scholing te faciliteren. In 2025 zet KHN zich vol in om het platform zijn goede werking te laten krijgen en te benutten.



Daarnaast zet KHN zich in voor:

- Arbeidsvoorwaarden en -wetgeving die horecaondernemers in voor- en tegenspoed ruimte geven om mee te kunnen bewegen met ontwikkelingen met als doel om de werkgelegenheid in de horeca te bestendigen. Hiervoor is flexibiliteit noodzakelijk en door veel werknemers in de horeca ook gewenst. Behoud van een zekere mate van flexibiliteit staat niet per se haaks op duurzame werkgelegenheid en bestaanszekerheid voor werknemers. Het gaat om de juiste balans. Komende arbeidswetgeving moet hier zoveel als mogelijk in voorzien. Daarom zet KHN concreet in op:
 - o Afschaffen van de hoge ww-premie voor oproepovereenkomsten en tijdelijke arbeidsovereenkomsten. Het is een straf op een individuele overeenkomst terwijl de medewerker er niets mee opschiet;
 - o Werkbare uitzonderingen van de oproepbepalingen voor die sectoren waar flexibel kunnen schakelen cruciaal is;
 - o Werkbare uitzonderingen, breder dan alleen studenten en scholieren, voor de urenverplichting in de toekomstige basiscontracten voor die sectoren waar pieken en dalen en seizoensinvloeden in een aanzienlijke mate de vraag naar arbeid bepalen.
- Modernisering van de functieomschrijvingen in de horeca: in 2025 worden nieuwe referentiefuncties ingevoerd en wordt voorzien in begrijpelijke informatie over functiebeschrijving en -waardering, zowel voor werkgevers als werknemers.
- (Meer) Werken moet weer gaan lonen: KHN zet zich actief in om de plannen van het kabinet voor herziening van het belastingstelsel (belasting op arbeid) en het toeslagenstelsel passend te laten zijn voor ondernemers en hun werknemers. Het steeds verhogen van het wettelijk minimumloon is NIET de oplossing.
- Een vorm van deeltijd-WW met een gedeeld eigen risico over werkgever en werknemer. De aangekondigde Crisisregeling Personeelsbehoud moet hierin voorzien;
- Goed werkgeverschap en opdrachtgeverschap. Dat betekent inzet op landelijke wetgeving waardoor de verantwoordelijkheid voor het maken van afspraken met werkenden primair ligt bij de individuele onderneming, zijn werknemers en zijn opdrachtnemer (bijv. de zzp'er of het schoonmaakbedrijf). Wetgeving dat een arbeidsrelatie duidt (werknemer of zelfstandige) moet duidelijk en goed toepasbaar zijn. Bij excessen moet effectief worden gehandhaafd;
- Innovatieve technologie die het mogelijk maakt dat in de horeca met minder mensenmeer kan worden gedaan. Het overheidsbeleid moet dit ondersteunen;
- Inzicht in de gevolgen van een veranderende bedrijfstak voor wat een werkende in de horeca moet kennen en kunnen, inclusief de doorvertaling naar onderwijs. Dit werkt door naar waardering van het werk. Dit houdt ook in: een sociale agenda op maat voor ondernemingen en werkenden en dat vereist ondersteuning vanuit o.a. SZW-beleid;
- Meer mogelijkheden om, zonder al te veel administratieve verplichtingen, arbeidsmigranten uit niet-EU-landen in te kunnen zetten. Binnen het huidige politiek klimaat is dit overigens een uitdaging. Voldoende vakmensen, inclusief een effectieve en voor alle deelsectoren in de horeca passende en toegankelijke scholingsinfrastructuur met een goede aansluiting op Leven Lang Ontwikkelen.
- Betrouwbare arbeidsmarktinformatie en koppeling met bedrijfseconomische informatie, waaronder de feitelijke concurrentiepositie van horecawerkgevers op de arbeidsmarkt in Nederland en dat vertalen naar een plan van aanpak.
- Een positief imago en goede positionering van de horeca als bedrijfstak om in te werken, je te ontwikkelen en een carrière op te bouwen.

Ondernemerschap

Ondernemingen, en mkb bedrijven in het bijzonder, leveren een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid en het bruto binnenlands product van Nederland. Onderzoek in opdracht van het Ministerie van EZ heeft uitgewezen dat een gemiddeld hotel/restaurant bedrijf met zwembad te maken heeft met maar liefst 93 (lokale en landelijke) regels met een kostenpost van 240K. Regels worden niet gemaakt vanuit de gedachte hoe burgers en ondernemers kunnen worden geholpen maar teveel vanuit de gedachte hoe de overheid werk uit handen kan worden genomen en/of risico's kunnen worden beperkt. De tijdsbesteding, kosten en complexiteit verbonden aan deze regeldruk en regellast zijn beknellend, waardoor in marges extra onder druk komen te staan en ondernemers meer bezig zijn met het voldoen aan regeltjes dan met het échte ondernemen. Bovendien is de fiscale lastendruk voor ondernemers de laatste jaren eerder toegenomen dan afgenomen. Het fiscale instrumentarium met betrekking tot

investeringen (zowel als het gaat om verduurzaming/vergroening maar ook als het gaat om het stimuleren van innovatie) kan beter en moet steviger, maar moet ook vooral bestendiger en betrouwbaarder worden. De marges staan permanent onder druk wat ten koste gaat van de mogelijkheden om te investeren en innoveren. Verborgen armoede onder ondernemers is een onderschat fenomeen.

Er is hernieuwde waardering nodig van ondernemerschap en het ondernemersklimaat in Nederland. Het hoofdlijnenakkoord van het in juli 2024 aangetreden kabinet geeft meer ambitie ten aanzien van ondernemerschap dan de voorgaande jaren. Het voornemen van het kabinet om de btw op logies (en op culturele goederen en diensten) te verhogen van 9 en 21% is daarmee weer in tegenspraak en is bovendien niet ingegeven door economische overwegingen maar alleen door budgettaire overwegingen.



KHN zet zich in voor:

Op landelijk niveau:

- Een herwaardering van het ondernemerschap
- Een fiscaal stelsel dat
 - o eenvoudiger is
 - o betrouwbaar en bestendig is
 - o ondernemen en werken stimuleert in plaats van belast
 - o investeringen en innovaties aanjaagt
- Behoud van het lage btw-tarief voor logies en culturele goederen en diensten
- Een nieuw nationaal programma voor regeldrukreductie (met doorwerking op het provinciale en gemeentelijke niveau), met daarbij de volgende uitgangspunten:
 - o Harde, meetbare reductiedoelstellingen. Ons voorstel is een 25% reductie van regeldrukkosten voor de zes sectoren, waaronder de horeca, waar al een regeldruknulmeting beschikbaar is. Het mkb-indicatorprogramma,

- dat regeldruk concreet inzichtelijk maakt, moet worden uitgebreid
- o Voer een 'one regel in, one regel out' beleid in (euro erbij, euro eraf), zodat het totaal aan regeldruk niet verder stijgt (inclusief kosten EU-regelgeving) en beleidsmakers eerder kiezen voor de nuloptie (geen regels) of lastenluwe regels.
- o Het vaker uitzonderen van het mkb van nieuwe regels. Voer bijvoorbeeld een MKB-onderdrempel in: ondernemers met een max aantal fte vallen niet onder nieuwe regels, tenzij....
- o Vaker bestaande regels evalueren op werkbaarheid en uitvoerbaarheid
- o Bij nieuwe wetgeving moet de MKB-toets geen verplichte invuloefening zijn, burgers en ondernemers moeten bij regelgeving als vertrekpunt worden genomen
- Een overheid die bij de dienstverlening de ondernemer/burger als het centrale ijkpunt neemt in plaats van de overheid zelf

Op lokaal niveau:

- Betrokkenheid van de lokale KHN-afdeling bij de totstandkoming en uitvoering van lokale ondernemersfondsen.
- Het bevorderen van lokale horecavisies en horecavriendelijke omgevingsvisies.
- Lokale omgevingsplannen die aan de ene kant ruimte laten voor ondernemerschap, maar waarin aan de andere kant keuzes worden gemaakt. Dat betekent onder andere dat leegstand niet wordt bestreden door automatisch een pand een horecabestemming te geven.

Extra (horeca)bestemmingen moeten getoetst worden aan een goede marktanalyse en passen in de lokale horecavisie.

- Gerichte ondersteuning van leden via 1-op-1 gesprekken specifiek gericht op de bedrijfssteun van starters maar ook bedrijfseconomische ondersteuning van gevestigde ondernemers.

Duurzaamheid

De energiecrisis en de klimaatontwikkelingen maken meer dan eens duidelijk dat de mensheid niet langer op dezelfde voet door kan gaan. De noodzaak voor verandering is overduidelijk en is op Europees niveau vertaald in de Green Deal. In Nederland ligt er een Energieakkoord en een Klimaatakkoord.

Transities die de komende tientallen jaren een enorme impact gaan hebben op de hele maatschappij en dus ook de horeca. KHN ziet en onderschrijft de urgentie voor verandering en steunt de Europese en nationale ambities. Wel is het cruciaal dat de transities gedoseerd en gecontroleerd worden doorgevoerd maar vooral dat transitieverplichtingen voor (mkb) ondernemers werkbaar, haalbaar en betaalbaar zijn. Nederland loopt op dit moment vast door de capaciteitsproblemen van het elektriciteitsnet: bij de energietransitie, woningbouw, uitbreiding en vestiging van bedrijven en laadfaciliteiten. Dit is funest voor toekomstige groei. Ondanks de miljarden aan investeringen gaan de uitbreiding en versterking van het stroomnet niet snel genoeg. Er zal dus iets moeten gebeuren om elektrificatie betaalbaar te houden.



KHN zet zich in voor:

- Dat het kabinet prioriteit geeft aan het aanpakken van het probleem van de netcongestie en betaalbaar houden van de elektrificatie
- Het stimuleren en ondersteunen van de leden om energie te besparen, gebruik te maken van duurzame energie en helpen te voldoen aan de regelgeving hier omtrent.
- Als het gaat om de voedselvoorziening: het stimuleren van meer lokale producten, van het seizoen, meer groenten en minder vlees in gerechten, duurzame inkoop en het verminderen van voedselverspilling onder leden.
- Als het gaat om het terugdringen van afval: eenmalige plastic verpakkingen worden steeds verder aan banden gelegd in Europa, een werkbare uitvoering van de Packaging and Packaging Waste Regulation is daarom voor horecaondernemers van belang. Ditzelfde geldt voor de mogelijke uitbreiding van de Single Use Plastic Directive.
- Als het gaat om de gebouwde omgeving: kantoorgebouwen moeten al voldoen aan een C label, een dergelijk label gaat er ook komen voor de utiliteitsbouw (waaronder horeca), van belang is dat deze aankomende wetgeving haalbaar, betaalbaar en uitvoerbaar is voor horecaondernemers.



Innovatie

De personeelscrisis is weliswaar wat minder dan de afgelopen twee jaren maar er is nog steeds een tekort aan voldoende en voldoende beroepsopgeleide arbeidskrachten in de horeca. De verwachting is dat het ook de komende jaren moeilijk zal blijven om aan voldoende (vak)personeel te komen. Iedere besparing of versterking door slim in te zetten op bijvoorbeeld de mogelijkheden van AI en automatisering, is dan ook zeer welkom.

Voortdurende druk op winstmarges noopt ondernemers ertoe om de bedrijfsprocessen nog scherper onder de loep te nemen en te onderzoeken waar automatisering/digitalisering behulpzaam kunnen zijn om enerzijds de bedrijfsprocessen zo efficiënt mogelijk in te richten zonder in te boeten op de gastvrijheidsbeleving die de gast in de horeca nu eenmaal verwacht.

Kennis en inzicht over de eigen bedrijfsdata, benchmarkinggegevens, de economische ontwikkelingen in de sector maar ook de trends en ontwikkelingen als het gaat om bedrijfsconcepten zijn belangrijk voor horecaondernemers om hun eigen bedrijfsbeslissingen op te baseren. Om de leden hierbij maximaal te kunnen ondersteunen heeft KHN besloten dat binnen het brede gebied van innovatie specifiek in te zetten op: business intelligence (BI), artificial intelligence (AI) en robotic process automation (RPA).

KHN heeft niet tot doel om haar leden te vertellen hoe ze moeten ondernemen maar wel om de leden de kennis, data en middelen te verschaffen die hen helpt om het maximale uit het ondernemerschap te halen.

KHN zet in op:

- Het ontwikkelen van een datastrategie; KHN heeft de ambitie om een belangrijk dataknooppunt van en voor de horeca te worden. Waarin de relevante feiten en cijfers over de horeca samen worden gebracht zodat we op de eerste plaats leden in staat kunnen stellen om beter onderbouwd bedrijfskeuzes te kunnen maken. Daarnaast willen we hiermee een positie creëren waarbij KHN geldt als dé autoriteit met betrekking tot feiten en cijfers over de horeca. Slimme samenwerking met externe stakeholders is daarvoor een noodzakelijk vereiste.
- Samenwerking met een externe partij voor benchmarking;
- Het zijn/bieden van een platform waar kennis en ervaringen, over onder andere artificial intelligence en robotic process automation maar ook de trends en ontwikkelingen in de sector, bij elkaar worden gebracht zodat ondernemers hier (onderling) van kunnen leren en geïnspireerd kunnen raken.

BELANGRIJKE ONDERWERPEN VAN DE BELEIDSINZET

De Belangrijke Onderwerpen van de beleidsinzet zijn die thema's waar KHN Actief op inzet. Dat zijn de volgende thema's:

- Eerlijk Speelveld
- Toerisme
- Gezond en veilig Voedsel, verantwoord omgaan met Alcohol
- Criminaliteit en Veiligheid



Eerlijk speelveld

Het concurreren met andere aanbieders van horecadiensten is niet erg en hoort bij het ondernemerschap. Sterker nog, concurrentie houdt scherp en dwingt tot voortdurend aanpassen, onderscheidend willen zijn en het beste inspelen op de wensen van de gast. Met name het laatste decennium wordt de horeca in toenemende beconcurrerd door enerzijds wereldwijd opererende bemiddelingsplatforms die nauwelijks enig ondernemersrisico lopen

maar wel door hun marktmacht de contractvoorwaarden met horeca-ondernemers kunnen dicteren en anderzijds door particulieren die als hobby extra inkomsten genereren doordat ze horeca erbij doen zonder dat er voorwaarden, regels en eisen aan dat 'ondernemerschap' worden gesteld. Concurrentie prima, maar dan wel op een eerlijk speelveld. KHN strijdt voor dat eerlijke speelveld.

PLATFORMECONOMIE

Dit betreft commerciële diensten voor (horeca)ondernemers, zoals Booking.com en Thuisbezorgd.

KHN zet zich in voor:

- Een verbod op 'pariteitsclausules'; horecaondernemers moeten hun eigen prijzen kunnen bepalen; bij Booking.com is dat al het geval vanaf 1 juli 2024;
- Het veiligstellen van de horecabelangen bij de implementatie en uitvoering van Europesewetten en richtlijnen in de platformeconomie. Dit geldt in het bijzonder voor de Digital Markets Act en de Platform-to-Business-verordening;
- Betere en duidelijke algemene voorwaarden tussen platformen en horecaondernemers, waardoor de positie van ondernemers wordt versterkt;
- Databeheer: ondernemers moeten de beschikking krijgen over de gast- en betaald data van de gasten die via een online platform horecaproducten/diensten bij hen afnemen. Dit versterkt de relatie tussen ondernemer en gast;

DEELECONOMIE

Dit betreft particuliere aanbieders van horecadiensten, zoals via AirBnB en andere platformen.

KHN zet zich in voor:

- Gerichter (gemeentelijk) beleid met bewaking van horecabelangen door verduidelijken van de scheiding tussen particuliere aanbieders en professionele horeca (bv in het grijze gebied tussen Short Term Rentals, B&B's en hotels);
- Eenduidig beleid voor aanbieders van horecadiensten: voor particuliere aanbieders moeten dezelfde regels gelden als voor horecaondernemers (belasting betalen, hygiëne, brandveiligheid, verantwoord alkoholschenken, legionella etc.). Inclusief een goede controle en handhaving daarop;
- Een verplichting voor platformen om op verzoek hun klantdata te delen met toezichthoudende overheden.

Toerisme

Toerisme is niet alleen een belangrijke vorm van ontspanning en vrije tijdbesteding, het brengt 'ontvangende' landen en regio's ook inkomsten, werkgelegenheid, investeringen en leidt tot uitwisselingen tussen verschillende culturen. Voor een gemiddeld horecabedrijf biedt toerisme extra kansen en de mogelijkheid op extra omzet. In de totale gastvrijheidsindustrie in Nederland gaat op jaarbasis ruim 90 miljard euro om, de toegevoegde waarde voor Nederland bedraagt ongeveer 4,5%. Een sector van belang voor de BV Nederland. Dat brengt ook verantwoordelijkheden met zich mee. Toerisme ongebreideld laten doorgroeien in Nederland is niet mogelijk. Draagvlak van de omgeving

voor toeristische ontwikkelingen is een must. Vreemd genoeg is er niet of nauwelijks landelijke regie op 'toerisme'. De invulling van toeristisch beleid wordt met name aan provincies en gemeenten gelaten zonder dat er echt sprake is van enige afstemming. In opdracht van de minister van EZ is er gewerkt aan een nieuwe Landelijke Raad (waar KHN ook deel van uitmaakt) met onder andere als doel wat meer regie en afstemming op toerisme waarbij er tegelijkertijd ruimte moet blijven voor lokale invulling. Dat biedt kansen voor een betere en meer integrale ontwikkeling van de toeristische bestemming Nederland en is goed voor zowel ondernemers als (binnenlandse én buitenlandse) gasten

KHN zet zich in voor:

- Een landelijke agenda met betrekking tot toerisme waarbij een duurzame en verantwoorde groei van toerisme mogelijk is;
- Het uitdragen van de economische en maatschappelijke meerwaarde van toerisme voor Nederland;
- Het bevorderen van spreiding van toerisme. Niet alleen over het land maar ook over het jaar;
- Samenwerking met andere brancheorganisaties (met leden die actief zijn in de gastvrijheidsindustrie) binnen het platform Gastvrij Nederland
- Het vergroten van ruimte voor toeristisch ondernemen met behoud van draagvlak van de omgeving (bijvoorbeeld via het Kustpact);
- Het stimuleren en faciliteren van integrale ontwikkelstrategieën in de regio in de vorm van toerismevisies, waarbij wordt ingezet op het toekomstbestendig en duurzaam ontwikkelen van de gastvrijheidssector en het daarbij horende budget om projecten te financieren.



Gezond en veilig Voedsel, verantwoord omgaan met Alcohol



KHN heeft in 2018 haar handtekening gezet onder het Nationaal Preventieakkoord waarin ambities en acties zijn vastgelegd om onder andere overgewicht tegen te gaan en problematisch alcoholgebruik terug te dringen. Los van dit akkoord neemt de vraag vanuit de gast naar gezonde(re) alternatieven toe. De horeca is niet verantwoordelijk voor de levensstijl van haar gasten maar kan wel een bijdrage leveren aan meer keuzemogelijkheden. Genieten en gezond zijn geen tegenpolen maar kunnen hand in hand gaan. KHN gelooft niet in het afdwingen van een gezondere levensstijl van de Nederlander door als overheid te bepalen op welke plaats welk voedsel verkocht mag worden.

KHN gelooft wel in initiatieven van ondernemers waarbij zij stappen nemen om de gezondere keuze voor gasten makkelijker en aantrekkelijker te maken. Het Fastservice Manifest, waarbij een vijftal grote fastservice ketens en een grote maaltijdbezorger het initiatief hebben genomen om vrijwillig stappen te zetten op onder andere productsamenstelling (minder vet, suiker en zout), productaanbod en kindermarketing, is daarvan een goed voorbeeld. De voedselveiligheid van de bereiding van gerechten in de horeca moet te allen tijde boven iedere twijfel verheven zijn.



KHN zet zich in voor:

- Een betere naleving van de leeftijdsgrens die geldt voor de verkoop van alcohol, dit doen we o.a. door een e-learning 'verantwoord alcohol schenken' aan te bieden en door NIX-18 pilots in verschillende gemeenten te organiseren;
- Het inspireren en stimuleren van ondernemers om óók het gezonde alternatief op de menukaart te zetten (bv kleinere porties aanbieden, meer groente/minder vlees, het stimuleren van het drinken van water en suikervrije frisdranken);
- De aansluiting van meer ketens en bedrijven in de fastservice bij het Fastservice Manifest;
- Herziening van de hygiëncode horeca;
- Een actieve lobby tegen het kabinetsplan om een zogenaamde 'fastfoodwet' te introduceren (waarmee gemeenten de mogelijkheid zouden krijgen om lokaal te bepalen waar zich welke aanbieders van voedsel kunnen vestigen);



Criminaliteit en Veiligheid

De horeca heeft een gezond eigenbelang om te investeren in de veiligheid van de zaak voor de gasten, het personeel en ondernemers zelf. Samenwerking met andere ondernemers, politie en overheden is cruciaal. Een eerlijke verantwoordelijkheidsverdeling is daarbij belangrijk: de verantwoordelijkheid van een ondernemer houdt niet op bij de drempel van zijn bedrijf, maar hij is niet verantwoordelijk voor het handhaven van de openbare orde, bestrijden van mensenhandel en/of drugsbestrijding. Verdere inmenging van de onderwereld en de bovenwereld is een nationale dreiging waar politie en justitie vol op inzetten. KHN onderschrijft het belang van het weren van criminele elementen, onder andere uit de horecabranche, en dat de wet Bibob daarvoor ingezet kan worden, maar sommige gemeenten zetten dit instrument ten onrechte generiek in zonder concrete aanleiding. Het doel heiligt volgens KHN niet altijd de inzet van alle middelen, ondernemen moet ook nog mogelijk blijven.

KHN zet zich in voor:

- Lokale samenwerking met gemeenten en politie, en regionaal via de Platforms Veilig Ondernemen (PVO), om een veilig horecaklimaat te creëren;
- Samenwerking in de bestrijding van ondermijning, met dien verstande dat nieuwe initiatieven en regelgeving die ondermijning moeten tegengaan (die bv worden opgelegd aan financiële instellingen) niet een onevenredige belasting gaan worden voor de ondernemers die zich niet schuldig maken aan criminele activiteiten;
- Een risicogerichte en selectieve toepassing van de wet Bibob door gemeenten;
- Afschaffing van de bijschrijfplicht voor dagleidinggevenden op de bijlage van de Alcoholwetvergunning;
- Vergroten van de cyberveiligheid: samen met o.a. het Digital Trust Center van het Ministerie van Economische Zaken ontwikkelen en ter beschikking stellen van een toolkit voor ondernemers om hun digitale omgeving veilig te houden.
- Voorkomen en bestrijding van agressie en geweld in de horeca, onder andere door middel van:
 - o Aanbieden (met subsidie van J&V) van overval- en agressietrainingen
 - o Promoten en lokaal toepassen van de systematiek van Collectieve Horeca Ontzeggingen.

Ondernemen met KHN. Dat werkt!

Koninklijke Horeca Nederland

Postbus 566
3440 AN Woerden
Wipmolenlaan 1
3447 GJ Woerden

T 0348 48 94 89
E info@khn.nl
www.khn.nl



@KHN



Koninklijke Horeca Nederland



Koninklijke Horeca Nederland



[koninklijkehorecanl](https://www.instagram.com/koninklijkehorecanl)