

# KHN BELEIDSPLAN: KOERS 2021-2023

## OVER KHN

Koninklijke Horeca Nederland (KHN) is dé branchevereniging voor de horeca. In Nederland vertegenwoordigen wij zo'n 19.000 horecalocaties waar bijna 300.000 mensen werken. De totale jaaromzet van onze leden bedraagt 15,3 miljard euro.

## MISSIE

Onze samenleving verandert in hoog tempo. Maatschappelijke en technologische ontwikkelingen bieden kansen voor de horeca. Gastvrijheid is van oudsher het domein van de horeca. Het is onze missie om het ideale ondernemersklimaat te creëren voor onze leden.

## VISIE

Samen met 241 afdelingsbesturen maakt KHN zich sterk voor een professionele en vooral toekomstbestendige horeca, in goede én in minder goede tijden. Door het accent te leggen op ondernemerschap en kwaliteit, wordt de horecasector in Nederland naar een hoger niveau getild en wordt de totale gastvrijheidseconomie gestimuleerd.

### KHN

- Is dé autoriteit in de horeca
- Is de vereniging waar je als horecaondernemer bij wil horen
- Spreekt namens het overgrote deel van de horecaondernemers in Nederland
- Zet zich bij de overheid in voor de belangen van deze horecaondernemers
- Maakt het verschil op voor horecaondernemers belangrijke thema's
- Zorgt voor verbinding
- Staat voor kwaliteit
- Biedt relevante producten en diensten die bijdragen aan het rendement van ondernemers én aan de financiering van KHN als geheel

### Onze kernwaarden:

1. Wij zijn klantgericht (KHN doet alles vanuit de behoeften van haar leden)
2. Wij zijn verbindend (KHN zorgt voor verbinding tussen leden, medewerkers en stakeholders)
3. Wij zijn ondernemend (KHN komt in actie voor haar leden)
4. Wij zijn resultaatgericht (KHN spant zich actief in voor concrete resultaten voor haar leden)

## TRENDS: WAT GEBEURT ER OM ONS HEEN?

### Economische ontwikkelingen

- Forse krimp in omzet en banen op korte termijn (door de coronacrisis)
- Herstel en geleidelijke groei op de lange termijn
- Wederopbouw gaat voor innovatie
- Toename regeldruk, accent op hygiëne, gezondheid, milieu
- Duurzaam hogere lasten, o.a. door coronacrisis
- Zakelijke markt en evenementen voorlopig slecht, binnenlands toerisme belangrijker
- Spreiding in consumptie richting 24-uurs economie

### Ondernemen

- Nieuwe bedrijfsconcepten, versneld door coronacrisis, kortere houdbaarheid
- Blurring in de versnelling
- Doorontwikkeling van online betaalmogelijkheden
- Review-, zoek- en boeksites:
  - o claimen een steeds dominantere rol in het spel van vraag en aanbod
  - o veroorzaken een verschuiving in de relatie met de consument
- Het beschikken en gebruikmaken van data is 'key'
- Stormachtige ontwikkeling platformeconomie waar particulieren ook horecadiensten aanbieden
- Het 'kennen' van je gast en een goede doelgroepstrategie is essentieel
- Meer automatisering en robotisering
- Het 'DNA' van je bedrijf en het blijven verrassen van gasten is belangrijker dan ooit
- Op elk moment, waar dan ook bestellen:
  - o Explosieve groei bezorg- en afhaalmarkt voor maaltijden
  - o Opkomst 'dark kitchens' voor de bezorgmarkt
- Tweeverdieners en alleenstaanden nemen toe en vragen om meer horecamomenten en gemak

### Arbeid en Personeel

- Flexibiliteit blijft sleutelwoord
- Vraag naar vakpersoneel dat breed inzetbaar is, blijft
- Leven Lang Ontwikkelen, met nadruk op laagdrempelig
- Millennials wordt de grootste groep

### werknemers

- Een groeiende groep vitale ouderen biedt kansen
- Inzet technologie voor minder personeel

### De gast

- Vindt gezondheid en veiligheid belangrijker dan ooit
- Vindt duurzaam en verantwoord vanzelfsprekend
- Is mondig, geïnformeerd en veel-eisend
- 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

### Lifestyle

- Een horecazaak moet aansluiten bij de persoonlijke levensstijl van een gast
- Gasten gaan actief op zoek naar gelijkgestemden. 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. De gast is hyperactief en wil steeds meer tegelijkertijd kunnen doen
- 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 plaats voor gestimuleerde zelfregulering
- Gemeenten krijgen meer taken, waaronder een meer keten- en omgevingsgerichte toetsing 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

## HOE VOEREN WE ONZE MISSIE UIT?

KHN wil dé autoriteit zijn voor de horeca. KHN heeft invloed op de rol en het succes van horeca binnen onze samenleving op de belangrijkste thema's die het verschil maken. KHN zorgt ervoor dat haar leden op de toekomst zijn voorbereid en weerbaar zijn. KHN neemt zelf initiatief, werkt samen, toont lef, maakt keuzes, loopt voorop en gaat nieuwe verbindingen aan. KHN positioneert zich duidelijk en stevig richting publiek en stakeholders. Niet het ledenaantal maar de ontwikkeling van de sector is leidend in wat we doen. De focus ligt op 'voorlopers' en leden die daarbij willen horen. Op die manier kunnen we slagvaardiger zijn, slimmer werken en meer bereiken. We willen een betrouwbare, (pro)actieve en gezaghebbende partner zijn voor onze leden en stakeholders.

### Communicatie

KHN zet in op relevante communicatie; de juiste boodschap, bij de juiste ontvanger op het juiste moment. Bij KHN liggen de (leden)vereniging en het bedrijf met zijn professionals direct in elkaars verlengde. Onze doelstellingen bereiken we samen. Hiervoor zijn een sterke onderlinge verbinding en continue afstemming voorwaarden bij iedere kerntaak en bij alles wat wij doen. Een tijdige communicatie met onze leden en bestuurders speelt een sleutelrol zodat zij op de hoogte zijn van ontwikkelingen en daarbij gemaakte en te maken keuzes: helder, bondig en eigentijds. Via ledenenquêtes, (online)platforms, polls en klankborden halen we informatie op en belangrijke besluiten toetsen we zoveel mogelijk vooraf bij onze bestuurders in het land.

### Drie kerntaken

Onze koers geven we vorm aan de hand van drie kerntaken:

#### 1. Belangenbehartiging

KHN streeft naar het ideale ondernemersklimaat voor de horeca. Dat doen we door als gezaghebbende organisatie - zoveel mogelijk proactief - invloed uit te oefenen op regelgeving op lokaal, nationaal en internationaal niveau, waarbij het accent in toenemende mate ligt op lokaal niveau.

#### 2. Individuele dienstverlening

KHN is hét kenniscentrum voor horecaondernemers. Vanuit deze rol informeren, ondersteunen en adviseren we individuele leden op het gebied van wet- en regelgeving en overige aspecten van de bedrijfsvoering. Telefonisch en via mail/chat door het KHN Serviceteam en KHN Advies, maar ook persoonlijk via een landelijk netwerk van regiomanagers.

#### 3. Ledenvoordelen en betaalde dienstverlening op maat

Via KHN besparen horecaondernemers op de kosten van verzekeringen, energie, creditcards, muziek- en beeldrechten, opleiden en nog veel meer. Kwaliteit en innovatie staan bij deze diensten voorop. Leden van KHN profiteren van een nog scherper tarief dan niet-leden. Voor betrouwbaar inkoopadvies en voor het beheren van leverancierscontracten kunnen ondernemers terecht bij KHN Inkoop bv. Bij meer complexe juridische vragen kunnen ondernemers gebruikmaken van de betaalde dienstverlening van de juridische adviseurs van Horeca Maatwerk bv. Via KHN Rekenwerk bv kunnen horecaondernemers tegen een scherp tarief de volledige bedrijfsadministratie laten verzorgen. Alle bv's zijn volle dochters van KHN.

**KHN geeft de horeca power!**



# KHN BELEIDSPLAN: KOERS 2021-2023

## HERSTEL VAN DE CORONACRISIS EN INNOVATIE

KHN zet zich allereerst in voor het herstel van de horeca als gevolg van de coronacrisis. Aanvullend ligt het accent op vier speerpunten: Ondernemen en Arbeid, Eerlijk Speelveld, Toerisme en een Vitale Horeca Omgeving. Ook binnen deze speerpunten zijn economisch herstel met ruimte voor ondernemen leidend. Bij de verschillende speerpunten wordt duidelijk dat landelijk en lokaal beleid nauw met elkaar zijn verweven. Landelijke beleidsdoelstellingen worden doorvertaald op gemeentelijk of regionaal niveau. En omgekeerd kunnen lokale beleidsuitdagingen vragen om landelijke ondersteuning.

KHN zet zich in voor:

- Een gericht investeringsfonds of transitiefonds horeca, toerisme en vrije tijd voor herstel en innovatie na de coronacrisis en een transitiepakket voor een aangepast verdienmodel.
- Dat hervormingen van de Rijksoverheid niet direct, of indirect, via verhoging van lokale lasten worden afgewenteld op (lokale) ondernemingen.
- Handhaving van de verlaagde mkb-winstbelasting en verlenging van -gerichte- fiscale steunmaatregelen.
- Transitievergoeding komt tot 2022 voor rekening van het UWV (zolang deze in de Wab staat).
- Bij/omscholing van personeel voor meer wendbaarheid. De financiering hiervan moet gedurende de periode van herstel en de transitieperiode voor rekening van de Rijksoverheid komen met voorwaarden die aansluiten bij onze bedrijfstak.
- Verlaging van het gewone btw-tarief van 21 naar 19% en het verlaagde btw-tarief van 9 naar 6%

## ONDERNEMEN EN ARBEID

KHN zet zich in voor:

- Arbeidsvoorwaarden en -wetgeving die na de coronacrisis ruimte geven voor herstel en daarmee ook voor duurzame werkgelegenheid in de horeca.
- Het in de Wet arbeidsmarkt in balans schrappen van: de hoge ww-premie, de oproepbepalingen en de preventieve ontslagtoets. Ook deeltijd-ww moet mogelijk gemaakt worden.
- 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 en opdrachtnemer (bijv. de zzp'er of het schoonmaakbedrijf).
- Innovatieve technologie die het mogelijk maakt dat in de horeca met minder mensen meer kan worden gedaan. Het overheidsbeleid moet dit ondersteunen.
- Inzicht in de gevolgen van een veranderende bedrijfstak voor wat een werkende in de horeca moet kunnen en kennen en doorvertaling naar onderwijs. Dit werkt door naar waardering van het werk. Mede op basis hiervan een sociale agenda op maat voor ondernemingen en werkenden.
- Voldoende vakmensen en effectieve en voor alle deelsectoren in de horeca passende en toegankelijke infrastructuur voor het mbo en voor Leven Lang Ontwikkelen; landelijk en – via regionale plannen – in de regio.
- Betrouwbare arbeidsmarktinformatie en koppeling met bedrijfseconomische informatie.

## EERLIJK SPEELVELD

### PLATFORMECONOMIE

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

KHN zet zich in voor:

- Een verbod op 'pariteitsclausules', omdat horecaondernemers hun eigen prijzen moeten kunnen bepalen.
- Betere algemene voorwaarden tussen platformen en horecaondernemers, waardoor de machtspositie van ondernemers wordt versterkt.
- Dat ondernemers de beschikking krijgen over de gast- en betaaldata van de gasten die via een online platform horecaproducten/diensten bij hen afnemen. Zodat de relatie tussen ondernemer en gast kan worden versterkt.
- Het veiligstellen van de horecabelangen bij de implementatie en uitvoering van Europese wetten en richtlijnen in de platformeconomie. Dit geldt specifiek voor transparantievereisten in de manier waarop reviews en rankings op bestel/boekplatformen tot stand komen.

### DEELECONOMIE

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

KHN zet zich in voor:

- Een meld- en registratieplicht voor particuliere aanbieders van horecadiensten, o.a. door een aanpassing in de Huisvestingswet.
- Dat voor particuliere aanbieders van horecadiensten dezelfde regels gelden als voor horecaondernemers (belasting betalen, hygiëne, brandveiligheid, verantwoord alcohol schenken, legionella etc.). Inclusief een goede controle en handhaving daarop.
- Een verplichting voor platformen om op verzoek hun klantdata te delen met toezichhoudende overheden.

### PARACOMMERCIE

KHN zet zich in voor:

- Goede invulling en handhaving van de gemeentelijke lokale verordening met betrekking tot paracommercie.
- Een bepaling in de Drink- en Horecawet die vastlegt dat een bv waarin een paracommerciële instelling het voor het zeggen heeft, geldt als een paracommerciële instelling.
- Regelgeving in de Wet markt en overheid om marktverstoring door structurele subsidies van overheden te voorkomen en tegen te gaan.

## VITALE HORECA OMGEVING

KHN zet zich in voor:

- Lokale inspraak van de KHN-afdelingen op het gemeentelijke beleid
- Het bevorderen van lokale KHN-horecavisies en horecavriendelijke omgevingsvisies. Met goede afspraken over o.a. terrassen, lokale lasten, vergunningen, belastingen, omgevingsplannen etc.
- Via de Gemeentewet geregelde inspraak voor ondernemingen op de gemeentebegroting en daarover legt B&W verantwoording af bij het indienen van de gemeentebegroting bij de gemeenteraad.
- Uitvoering van het klimaatakkoord (o.a. energiebesparing, gebouwde omgeving, van het gas af, emissieloze binnensteden, eiwittransitie) die voor horecaondernemers uitvoerbaar, haalbaar en betaalbaar is.
- Verdediging van de horecabelangen bij de duurzaamheidsambities van de overheid: dat betekent onder andere een werkbaar stategie-systeem voor plastic flesjes en blikjes zonder inzamelplicht voor de horeca, werkbare uitvoering van maatregelen om eenmalig plastic te reduceren en het terugdringen van voedselverspilling.

## TOERISME

KHN zet zich in voor:

- Een landelijke agenda waarbij toerisme op een duurzame en verantwoorde wijze kan groeien.
- Het uitdragen van de economische en maatschappelijke meerwaarde van toerisme voor Nederland.
- Het, onder andere via Gastvrij Nederland, bevorderen van spreiding van toerisme. Niet alleen over het land maar ook over het jaar.
- Het vergroten van ruimte voor toeristisch ondernemen met behoud van draagvlak van de omgeving (bijvoorbeeld via het Kustpact).
- Een Minister van Horeca en Toerisme.

## LOCALE FOCUS

### KHN in de gemeenten

KHN zet bij gemeenten in op een gunstig lokaal ondernemersklimaat voor de sector. Met ruim 350 gemeenten wordt dit klimaat voor een groot deel bepaald door een veelheid aan lokale regels die per gemeente flink kunnen verschillen. Algemene thema's waar KHN zich lokaal hard voor maakt zijn:

### Omgevingsplan en vestigingsbeleid

Lokale omgevingsplannen die aan de ene kant ruimte laten voor ondernemerschap, maar waarin aan de andere kant keuzes worden gemaakt. Dat betekent dat leegstand niet wordt bestreden door automatisch een pand een horecabestemming te geven. Extra horecabestemmingen moeten getoetst worden aan een goede analyse van de markt en passen in de lokale horecavisie.

### Bereikbaarheid en distributie

Vitale steden en dorpskernen die op een duurzame manier bereikbaar zijn en blijven voor gasten, medewerkers en leveranciers. Daar horen voldoende en betaalbare parkeervoorzieningen bij.

### Veilig Uitgaan en APV

- Samenwerking met gemeente en politie om een veilig en aantrekkelijk uitgaansklimaat te creëren.
- Een Algemene Plaatselijke Verordening waarbij op een reële manier wordt omgegaan met de belangen van horecaondernemers.

### Lokale Ondernemersfondsen

Betrokkenheid van KHN bij de totstandkoming en uitvoering van lokale ondernemersfondsen.