



Koninklijke Horeca Nederland

Als grootste branchevereniging voor de horeca zet KHN zich al ruim 140 jaar in voor de sector. KHN biedt kennis, invloed, advies, voordeel en een sterk netwerk. Met de steun van ruim 17.000 leden zorgt KHN ervoor dat horecaondernemers sterker kunnen ondernemen en dat hun stem wordt gehoord in politiek en samenleving.

Missie

KHN is er voor alle horecaondernemers. KHN ondersteunt haar leden, komt op voor hun belangen en stimuleert samenwerking. Daarnaast zet KHN zich in voor innovatie en duurzaamheid om de economische kracht van de horeca te versterken. Ook maakt KHN de unieke maatschappelijke rol van de horeca zichtbaar en draagt de vereniging bij aan het gezamenlijk aanpakken van maatschappelijke uitdagingen.

Visie

De visie van KHN richt zich op drie samenhangende perspectieven: de mens, de maatschappij en de markt.

Visie op de mens

De horecasector draait om mensen. Ondernemers en medewerkers creëren gastvrijheid, verbinding en beleving. KHN wil een vereniging zijn waarin horecaondernemers zich herkennen: ondernemend, toegankelijk, gastvrij en inclusief. Binnen deze gemeenschap vinden ondernemers elkaar, delen zij kennis en werken zij samen aan oplossingen en innovatie om toekomstbestendig te blijven.

Visie op de maatschappij

In een samenleving waarin technologie en individualisering toenemen, groeit het belang van ontmoeting en verbinding. De horeca vervult daarin een unieke rol als plek waar mensen samenkomen. De sector draagt bij aan sociale cohesie, een aantrekkelijk leefklimaat en biedt voor veel jongeren een eerste werkervaring waarin belangrijke sociale en professionele vaardigheden worden ontwikkeld.

Visie op de markt

De horecamarkt ontwikkelt zich in een tijd van maatschappelijke en economische transitie, waarin innovatie, duurzaamheid en gezondheid steeds belangrijker worden. Dit vraagt om ondernemers die flexibel inspelen op veranderingen en bouwen aan een toekomstbestendige sector. KHN ondersteunt horecaondernemers hierbij en zet zich in voor een ondernemingsklimaat waarin ruimte is voor innovatie, goed werkgeverschap en ondernemerschap.

Strategie

Om haar missie en visie te realiseren werkt KHN met een strategie die is opgebouwd rond een aantal bouwstenen.

Merk- en positioneringstrategie

KHN positioneert zich als een krachtig, herkenbaar en professioneel merk dat de belangen van horecaondernemers zichtbaar vertegenwoordigt, de band met leden versterkt en bijdraagt aan een positief beeld van de horeca.

Bestuurlijke organisatie

KHN heeft een goed functionerende verenigingsstructuur waarin rollen en besluitvorming helder zijn en bestuurders, leden en werkorganisatie effectief samenwerken aan een sterke belangenbehartiging voor de horeca.

Werkgeverschap

KHN werkt aan een sterke en toekomstbestendige arbeidsmarkt voor de horeca, met goed werkgeverschap, aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden en ruimte voor ontwikkeling.

Duurzaamheid

KHN ondersteunt horecaondernemers in de transitie naar een duurzamere sector en zet zich in voor realistische en uitvoerbare duurzaamheidsmaatregelen.

Innovatie

KHN stimuleert innovatie en digitalisering in de horecasector en versterkt ondernemers met kennis, data en inzichten voor betere bedrijfsvoering en belangenbehartiging.

Ondernemerschap

KHN versterkt het ondernemingsklimaat voor horecaondernemers en zorgt dat zij toegang hebben tot de kennis en ondersteuning die nodig zijn om succesvol te ondernemen.

