

# 1 **HK's målprogram 2022-2025**

## 2 **Forord**

3 Kære læser

4 På de følgende sider kan du læse (udkast til) HK's målprogram for 2022-2025 **Fremtidens HK – et**  
5 **fællesskab for flere.**

6 Der findes lige så mange forskellige måder at skrive målprogrammer på, som der findes forskellige  
7 organisationer. Målprogrammets hovedformål er at udpege den retning, HK skal bevæge sig i under  
8 kongresperioden, og ikke mindst vise de ambitioner, vi har. Ord er vigtige, men i sidste ende er det de  
9 handlinger, vi sætter bag ordene, der tæller.

10 Det har været et ønske på tværs af organisationen, at det kommende målprogram netop er  
11 retningsgivende for arbejdet de kommende fire år, frem for en tjekliste over konkrete projekter og  
12 opgaver. HK's

13 Hovedbestyrelse har ansvaret for at sætte handling bag ordene og sætte målbare konkrete aktiviteter i  
14 gang i den kommende kongresperiode. Men det stiller også store krav til os alle. Kun i fællesskab – på  
15 tværs af landsdele og sektorer – kan vi de næste år følge retningen i målprogrammet, og gennem  
16 nytænkende, nysgerrige og nyskabende indsatser kan vi sammen forme fremtidens HK.

17 Målprogrammet tager dels udgangspunkt i vores fælles værdier og dels i en grundig strategiproces,  
18 hvor alle dele af HK gennem 1½ år har været involveret. Men frem for alt tager det udgangspunkt i  
19 medlemmernes behov og ønsker. Vi står på et solidt grundlag af viden om vores medlemmer og  
20 omverdenens syn på os som organisation. Vi står på 120 års erfaring med at være i konstant udvikling.  
21 Og vi står på et fælles ønske om at løfte HK videre ind i fremtiden. Fra disse ståsteder skal vi nu hæve  
22 blikket og kigge fremad med modet til at lære nyt, udfordre os selv som organisation og hjælpe  
23 hinanden mod det fælles mål at gøre HK til en endnu bedre fagforening for medlemmerne og en endnu  
24 stærkere aktør i udviklingen af samfundet.

25 Rigtig god læselyst

26 Kim Simonsen

27 **Fremtidens HK – et fællesskab for flere**

28 *HK Danmarks målprogram 2022-2025*

29 Verden er i konstant udvikling – og det er HK også. Gennem 120 år har HK udviklet sig i takt med  
 30 forandringerne i samfundet og på arbejdsmarkedet. De kommende fire år bliver ingen undtagelse, og  
 31 der vil blive stillet store krav til os om at blive en endnu stærkere fagforening og et naturligt fællesskab  
 32 for flere til gavn for medlemmerne og deres vilkår. For når vi er mange i fællesskabet, er det et stærkt  
 33 fællesskab. Vi skal bygge videre på, at det er lykkedes at forbedre udviklingen i medlemstallet, forbedre  
 34 den allerede høje medlemstilfredshed med HK samt bygge videre på de faglige og politiske sejre, vi  
 35 har vundet ved forhandlingsbordene gennem Forligsinstitutionen og ude på arbejdspladserne.

36 Vores formål er at styrke de små og de store fællesskabers kamp for gode arbejdsliv for  
 37 medlemmerne. Sammen skal vi sikre ordentlige løn- og arbejdsvilkår, udbygge  
 38 overenskomstdækningen samt sikre trygge rammer gennem udvikling af velfærden – for alle uanset  
 39 baggrund. Det er udgangspunktet for alt vores arbejde.

40 HK's målprogram for de næste fire år sætter retningen for vores ambition om at udvikle vores  
 41 fagforening som en samarbejdende, fællesskabsorienteret medlemsorganisation og som en stærk og  
 42 solidarisk samfundsaktør. Alle dele af HK har været involveret i udarbejdelsen af målprogrammet, som  
 43 bygger på stærke værdier, og som ligeledes står på et solidt vidensgrundlag, der giver tydelige  
 44 fingerpeg om både nutid og fremtid, forventninger og krav.

45 Historien har lært os, at for at være stærke er vi nødt til at stå sammen. Alle dele af HK har hver især et  
 46 eget og et fælles ansvar for, at medlemmerne hjælpes bedst muligt og tilbydes nutidige  
 47 engagementsformer. Med medlemmet i centrum skal vi på arbejdspladsen, lokalt, centralt og i  
 48 fællesskab i endnu højere grad sætte medlemmernes behov før strukturen og tænke fælles, de steder  
 49 hvor det giver mening. Kun sådan kan HK blive en endnu stærkere og mere relevant fagforening til  
 50 gavn for medlemmerne.

51 HK vil derfor i kongresperioden 2022-2025 arbejde for følgende mål:

- 52       1. *Flere skal med*  
 53       2. *Værdi for medlemskabet*  
 54       3. *Medlemmerne er HK's stemme*  
 55       4. *HK vil sikre indflydelse.*

56 **HK har et godt udgangspunkt**

57 For at kunne udstikke retningen og ambitionerne for de kommende fire år er det vigtigt at vide, hvor HK  
 58 står i dag. Helt grundlæggende har HK et stærkt udgangspunkt for den kommende kongresperiode.  
 59 Først og fremmest har et årtis hårdt arbejde med at bremse den negative medlemsudvikling båret frugt.  
 60 Fra at have tabt tusinder af medlemmer årligt fra slut-90'erne til 2015 har vi formået at vende  
 61 udviklingen og er i dag tættere på medlemsbalance end før. Men tilbagegang har vi stadig – i 2020 var  
 62 den på 1.100 fuldtidsmedlemmer.

63 Med den organiserende fagforening og medlemmet i fokus er det lykkedes at omstille organisationen,  
 64 så medlemmernes tilfredshed med ydelser, rådgivning og andre services er på et historisk højt niveau.

65 Samtidig har vi formået at følge med samfundet og vores medlemmers udvikling, så oplevelsen af HK  
66 blandt medlemmerne er, at vi som fagforening støtter dem gennem overenskomsterne, varetager deres  
67 interesser og det daglige, faglige sammenhold på arbejdspladserne.

### 68 **Medlemmernes ønsker til HK**

69 Når vi spørger, hvad medlemmerne og de potentielle medlemmer ønsker, svarer de, at de klassiske  
70 kerneydelser, som skaber tryghed og udvikling i deres arbejdsliv, er vigtigst. Derefter kommer de  
71 ydelser, som er personlige og individuelt rettede, eksempelvis hjælpen til hurtigt at komme i job. HK  
72 skal i medlemmernes øjne derfor være de bedste til gennem et helt arbejdsliv at sikre beskæftigelse.  
73 Samtidig skal HK være den fagforening, som er bedst til hurtigt at hjælpe arbejdsløse i job igen. Men  
74 medlemmerne – og lige så vigtigt de potentielle medlemmer – peger også på, at der skal være  
75 sammenhæng mellem kvalitet og pris.

### 76 **Udfordringer for fremtidens organisering**

77 HK's medlemstal toppede i slutningen af 1990'erne på et tidspunkt, hvor der historisk set også var flest  
78 personer i Danmark med en klassisk erhvervsfaglig handels- eller kontoruddannelse. Men i de seneste  
79 20 år – og især de seneste 5-10 år – har uddannelsesmønstrene ændret sig meget. Mens optaget på  
80 de merkantile erhvervsuddannelser er faldende, øges optaget på korte og mellemlange videregående  
81 uddannelser, hvor udbuddet af uddannelser år for år samtidig udvides. Denne gruppe af potentielle  
82 medlemmer er altså i kraftig stigning. Men de korte og mellemlange videregående uddannelser er der,  
83 hvor HK's organisationsgrad er lavest. Der er altså et stort uforløst potentiale i at få organiseret  
84 medlemmer fra de HK-relevante kortere og mellemlange uddannelser, som vi skal løfte fremadrettet.  
85 En høj organisationsgrad er en forudsætning for, at vi kan sikre lønmodtagernes vilkår og  
86 overenskomstdækning, og derved opretholde et samlet stærkt overenskomsts system til gavn for hele  
87 arbejdsmarkedet. Når vi er flere sammen, bliver vi stærkere.

### 88 **HK er uløseligt forbundet med samfundsudviklingen**

89 HK skal lade sig forme af fremtiden – men fremtiden skal også formes af HK's værdier. Det betyder, at  
90 vi konstant skal tilpasse vores organisation til at møde medlemmernes udfordringer og behov. Men det  
91 betyder også, at vi skal søge indflydelse for at sikre en samfundsudvikling, der går i en retfærdig,  
92 solidarisk og bæredygtig retning. HK vil være fremtidens fagforening – og vi arbejder konstant på, at  
93 den nære relation til medlemmerne kan udvikle sig til, at medlemmerne på arbejdspladserne selv tager  
94 ejerskab og er med til at udvikle HK's indsatser.

95 Corona har påvirket samfundet voldsomt og givet nye, positive erfaringer med hjemmearbejde og  
96 trivsel, men det har også givet afsavn, økonomiske konsekvenser, tab af arbejdspladser og mistrivsel.  
97 Pandemien har sat spot på fællesskabet og solidariteten i Danmark i en tid, hvor fællesskaber ellers er  
98 under hastig forandring. Det er en udvikling, HK tager meget alvorligt. Organisationsgraden i de  
99 traditionelle fagforeninger er faldende. Hvor 69 procent af lønmodtagerne var organiseret i de  
100 overenskomtbærende fagforeninger i år 2000, er det i dag kun 53 procent. Det er altså en bunden  
101 opgave at udvikle et meningsfyldt fællesskab, der kan få særligt den yngre generation til at vælge HK  
102 og engagere sig i fællesskabet.

103 Digitaliseringen har allerede forandret vores samfund og vores egen adfærd markant, og bevægelsen  
104 fortsætter. Automatisering forstærkes af kunstig intelligens, gamle arbejdspladser forsvinder, mens nye  
105 opstår. Vi er så afhængige af digitale redskaber, at vi risikerer at glemme vores ret til et privatliv. Nye  
106 digitale forretningsmodeller, platformsøkonomi, digitale services og e-handel er i vækst. Det får

107 betydning for indretningen af vores arbejdsmarked. Samtidig er den digitale tilstedeværelse på  
108 arbejdspladserne under coronapandemien blevet hverdag, med alt hvad det indebærer af muligheder  
109 og udfordringer for lønmodtagerne – og for deres familieliv. Tendensen på arbejdsmarkedet går mod  
110 mere flydende ansættelsesformer, krav om langt højere fleksibilitet og langt lavere afhængighed af et  
111 fysisk rum til at klare arbejdsopgaverne i. Her skal HK finde en balance mellem medlemmernes og de  
112 potentielle medlemmers ønsker til fleksibilitet og hjemmearbejde på den ene side og behovet for  
113 ordnede forhold og faste rammer på den anden.

114 En anden uomgængelig trend i samfundet er den grønne omstilling, hvor der ligger et enormt potentiale  
115 i at kombinere en målrettet indsats for miljø og klima med fremtidssikring af danske arbejdspladser.  
116 Bæredygtige løsninger er blevet en global konkurrenceparameter, og ambitiøse politiske målsætninger  
117 sætter yderligere skub i denne udvikling. Her skal HK komme med visionære bud på, hvilken rolle  
118 medlemmerne og de potentielle medlemmer spiller i den grønne omstilling, og skabe rammerne for, at  
119 jobvæksten og udviklingen som følge af den grønne omstilling kommer medlemmerne til gode.

120 Endelig ser vi, at uddannelsesniveaulet er støt stigende – både i Danmark og globalt. Tendensen er, at  
121 de længerevarende uddannelser øger optaget, mens erhvervsuddannelserne har vigende optag. De  
122 unge træffer uddannelsesvalg for at forbedre deres individuelle muligheder på arbejdsmarkedet. Men  
123 summen af de unges uddannelsesvalg er også grundlaget for at finde den rette balance mellem  
124 kompetencer og samfundets uddannelsesbehov. Det forudsiges, at Danmark kommer til at stå med en  
125 markant mangel på faglært arbejdskraft i 2030, også inden for handel og kontor. Den udfordring skal  
126 HK være med til at løse.

## MÅL 1: FLERE SKAL MED



Vi skal organisere flere medlemmer og særligt med henblik på at styrke organiseringen inden for nye målgrupper på KVU og MVU-området.

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

**HK skal organisere flere.** I de kommende 5-10 år vil en relativt stor andel af vores medlemmer forlade arbejdsmarkedet. Samtidig vil gruppen af unge, der starter en klassisk erhvervsuddannelse inden for handel og kontor, blive mindre. Vi står derfor med en fælles udfordring om at få organiseret en større andel af de potentielle medlemmer, som vi allerede i dag har en god adgang til, på uddannelserne og arbejdspladserne. Vi skal bidrage til høj organisering på det danske arbejdsmarked, da det er en forudsætning for at kunne sikre medlemmerne gode vilkår.

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

*Frem mod 2030 bliver der næsten 100.000 personer flere i arbejdsstyrken med en kort eller mellemlang videregående uddannelse. Til gengæld vil der frem mod 2030 være færre i arbejdsstyrken med en faglært uddannelse.*

Kilde: AE, 2021

**HK skal orientere sig mod nye målgrupper.** Flere unge vælger en kort videregående (KVU) eller en mellemlang videregående uddannelse (MVU) på områder, som kan være HK's organisationsområde, men hvor vi i dag ikke står særligt stærkt. Hvis HK skal blive et attraktivt valg for disse målgrupper, stiller det krav til, at vi tænker alle indsatserne sammen – fra prioriteret indsats i folkeskolen, organisering og fastholdelse til overenskomstdækning, faglige identiteter, relationsarbejde, ydelser, kommunikation og markedsføring.

148

149

150

151

På trods af den relativt store fremvækst af KVU-uddannelser er det ikke nok for HK kun at fokusere på det område. Mange færdiguddannede med en KVU-baggrund vælger at læse videre på en overbygningsuddannelse. Derfor skal HK også have langt bedre fat på MVU-områder inden for økonomi, internationalisering, handel, management, webdesign, softwareudvikling m.v.

152

153

154

155

156

**Vi skal samle indsatserne.** I dag er HK's indsatser, viden og erfaringer med at organisere medlemmer med KVU- og MVU-baggrund spredt ud på mange dele af HK. For at kunne styrke organiseringen særligt i forhold til de nye målgrupper kræver det en prioriteret og koordineret indsats, hvor vi deler viden og erfaringer om organisering og samarbejder på tværs, hvor det giver mening.

157

158

At organisere flere medlemmer med en KVU- og MVU-baggrund er HK's største udfordring, men også største mulighed for at få flere med i fremtidens fællesskab.

159 **Pejlemærker frem mod 2025**

160 ➔ **EN TVÆRGÅENDE OG PRIORITERET INDSATS FOR DE 18-40-ÅRIGE**

161 Vi vil igangsætte en særlig indsats på tværs af HK, for at en større del af de 18-40-årige bliver  
162 medlemmer af HK – særligt på de korte og mellemlange videregående uddannelser inden for HK's  
163 områder.

164  
165 ➔ **DET RELEVANTE FAGFORENINGSVALG FOR FLERE**

166 Vi vil arbejde for, at HK som fagforening i højere grad bliver et attraktivt valg for nye  
167 medlemsgrupper på KVVU/MVVU-området. Det skal blandt andet ske gennem udvikling af ydelser,  
168 relationsarbejde, markedsføring og kommunikation, som de nye målgrupper kan se sig selv i.

169 ➔ **STYRKE DET ERHVERVSFAGLIGE FOKUS**

170 HK skal fortsat styrke og udvikle organiseringen på vores erhvervsfaglige organisationsområder  
171 på arbejdspladserne og uddannelserne.

## MÅL 2: VÆRDI FOR MEDLEMSKABET



Vi vil udvikle og styrke den oplevede værdi af medlemskabet og særligt med fokus på den relationsskabende og digitale fagforening

172

173

174

175

176

177

178

**Den gode medlemsoplevelse** er afgørende for, at vi kan tiltrække og fastholde medlemmer. Vi har en konstant opgave i at sikre, at medlemmer og potentielle medlemmer oplever relevans og høj kvalitet og service i mødet med HK – uanset hvor og hvordan de er i kontakt med os.

179

180

181

182

183

184

185

186

For at kunne bevare den høje medlemstilfredshed skal vi sikre, at de ydelser, der giver mest værdi for medlemskabet, leveres med en høj faglig kvalitet og i en form, som er relevant for det enkelte medlem. For at kunne levere høj service på de personlige og medlemsrettede ydelser skal vi prioritere og effektivisere vores arbejde, blandt andet gennem fortsat digitalisering og automatisering af arbejdsgange samt ved at løse opgaverne der, hvor det giver mest mening. Men digitalisering kan aldrig erstatte den personlige kontakt. HK vil være en fagforening, hvor medlemmerne oplever gode, sammenhængende og relevante ydelser, der tager afsæt i deres ønsker og udfordringer, og det kræver en koordineret og fælles indsats på tværs af afdelinger, sektorer og forbund.

187

188

189

190

**Medlemmernes og de potentielle medlemmers behov er i forandring**, og det skal vi tilpasse os efter. Vi skal konstant være skarpe på, hvilke ydelser der skaber værdi for medlemskabet.

191

192

193

194

195

196

Vi ved, at ydelser, der skaber tryghed og udvikling i medlemmers og potentielle medlemmers arbejdsliv, prioriteres højest. Især klassiske fagforeningsydelser som juridisk og faglig rådgivning samt overenskomstarbejde, men også hjælp i forbindelse med arbejdsløshed og lønforsikring efterspørges af vores medlemmer.

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

Tilgængeligheden af ydelser er også et krav, vi løbende skal tilpasse os efter. Medlemmerne forventer, at vi er tilgængelige på de digitale platforme og kanaler, som de benytter. Samtidig skal vi prioritere den personlige og relationsskabende kontakt og styrke oplevelsen af HK som nærværende. Ved mere systematisk brug af data og viden om medlemmernes behov og brug af ydelser kan vi tilpasse ydelser og prioritere nødvendige ressourcer. Sammen med viden fra relationsarbejdet kan det skabe en oplevet værdi for medlemskabet. En mere målrettet, relevant og modtagerorienteret medlemskommunikation skal understøtte dette/den gode medlemsoplevelse.

Seks ydelser er helt centrale for medlemmerne. De seks ydelser er:

1. Juridisk rådgivning og retshjælp
2. Indgå og forhandle overenskomst
3. Rådgivning om ansættelse, løn, lønseddel og ledighed
4. Hjælp til at finde nyt job (jobformidling)
5. Lønforsikring
6. Gode psykiske og fysiske arbejdsvilkår.

Kilde: Ydelse2020

207

208

209

210

211

**Prisen på medlemskabet** er en konstant udfordring, både i forhold til vores konkurrencesituation og i forhold til, at mange medlemmer selv påpeger det som et problem. Derfor har vi en opgave i at gøre sammenhængen mellem pris og værdien af medlemskabet mere tydelig samt at sikre transparens i, hvad kontingentkronerne bruges til. Men vi er også nødt til at afsøge alternative prismodeller for et fremtidigt medlemskab, fordi vi ser ind i en fremtid med skarpere konkurrence om nye medlemmer.

## 212 **Pejlemærker frem mod 2025**

### 213 ➔ **VÆRDIFULD MEDLEMSOPLEVELSE**

214 HK skal udvikle et fælles service-dna og styrke den faglige kvalitet af kerneydelser, så  
215 medlemmerne får en værdifuld medlemsoplevelse og oplever et ensartet og sammenhængende  
216 HK, uanset hvor og hvordan de er i kontakt med os. Vi skal frigøre ressourcer i organisationen, så  
217 vi kan styrke og udvikle den medlemsvendte service og prioritere de ydelser, som giver værdi.

### 218 ➔ **JURIDISK OG FAGLIGT FLAGSKIB**

219 HK skal være et juridisk flagskib. Vi skal kendes som en organisation, der sagligt kæmper  
220 medlemmernes sag, herunder ved at yde rådgivning med høj faglig kvalitet og rejse principielle  
221 sager, så det udfordrer og flytter retspraksis.

### 222 ➔ **NYE MODELLER FOR MEDLEMSKAB**

223 HK vil afsøge, hvordan forskellige modeller for et fremtidigt kontingent kan se ud, for at imødegå  
224 den stigende konkurrence om fremtidens medlemmer. Vi skal også afsøge muligheder for  
225 strategiske partnerskaber, der kan bidrage til at styrke værdien af medlemskabet og gøre det mere  
226 nærværende.

### 227 ➔ **FLERE DIGITALE LØSNINGER**

228 HK skal være digitalt ambitiøst. Vi skal tænke digitalt og sikre flere digitale ydelser. De digitale  
229 løsninger skal have høj kvalitet og relevans og give øget værdi. Digitaliseringen skal gå hånd i  
230 hånd med udviklingen af den personlige og relationsskabende kontakt.

### 231 ➔ **KOORDINERET OG MÅLRETTET MEDLEMSKommunikation**

232 HK skal have en relevant, målrettet og koordineret medlemskommunikation, der med digitale  
233 virkemidler skal tage udgangspunkt i medlemmernes virkelighed og bidrage til den gode  
234 medlemsoplevelse.



### MÅL 3: MEDLEMMERNE ER HK'S STEMME



Vi vil udvikle medlemsdemokratiet og nye typer af engagementsformer og fællesskaber, så flere får lyst til at være aktive.

235

236  
237  
238

239 **HK er mere end en fagforening.** Vi er et interessefællesskab og en del af en bevægelse med værdier.  
240 HK's fællesskab er stærkt, når det er nytænkende og baseret på medlemmernes engagement og  
241 aktivitet. Engagement i et fællesskab forudsætter, at man kan identificere sig med fællesskabet. Vores  
242 medlemmer har mange forskellige faglige og personlige profiler, og det er derfor særligt vigtigt, at vi  
243 anerkender og arbejder for, at fællesskabet kan rumme bredt.

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

*"De unge, vi mødte, er engagerede mange andre steder end i HK – i alt fra NGO'er og politiske partier til sport og foreninger"*

Kilde: Arena omverdensanalyse, 2021

**De yngre generationer** er optagede af og engagerede i temaer og fællesskaber, som er vedkommende for dem. Men udviklingen viser, at den yngre generation i stigende grad ikke vælger fagforeningens fællesskab til. Det er en kæmpe udfordring og et paradoks, fordi vi netop ved, at mange unge tænker og agerer fællesskabsorienteret. HK skal arbejde for at være et relevant fællesskab både nu og i fremtiden, ikke mindst for de unge. Vi skal lytte til de unge,

forstå deres perspektiv og prioriteringer, og vi skal udvikle os og tænke i nye former for engagement og typer af partnerskaber med udgangspunkt i HK's værdier, så flere finder det relevant og givende at deltage aktivt.

255

256

257

**HK skal genopfinde den solidariske bevægelse,** hvor vi alle er en del af noget større, og hvor medlemmernes bidrag også er med til at hjælpe andre medlemmer og dermed bidrager til et solidarisk arbejdsmarked og et godt arbejdsliv.

258

259

260

261

**På arbejdspladsen** skal de tillidsvalgte arbejde kunne sikre tryghed gennem udvikling, så medlemmerne oplever, at HK står bag dem. Ikke kun når det handler om faglige konflikter, men også når det handler om at hjælpe medlemmerne med at få adgang til kompetenceudvikling og nye arbejdsopgaver på arbejdspladsen. Det er noget, vi gør i fællesskab for og med hinanden.

## 262 **Pejlemærker frem mod 2025**

### 263 ➔ **HK'S ENGAGEMENTSFORMER SKAL UDVIKLES**

264 Vi vil udvikle og afsøge nye typer af engagementsformer, både digitale og fysiske, så det bliver  
265 relevant og attraktivt for flere medlemmer og potentielle medlemmer at være aktive, og hvor de  
266 samtidig er en del af vores værdi- og interessefællesskab. Vi skal være åbne for, at mange er  
267 villige til at lægge et midlertidigt engagement i afgrænsede sager, uden at de opfatter sig selv som  
268 kernetropper af fagligt aktive. Sådan vil vi nytænke den solidariske bevægelse.

### 269 ➔ **MERE SYNLIGHED PÅ ARBEJDSPLADSEN**

270 Vores arbejde for gode løn- og arbejdsvilkår og kompetenceudvikling skal være endnu mere  
271 synligt på arbejdspladsen. Det bliver det blandt andet ved, at vi bliver endnu bedre til at lytte til  
272 medlemmerne på de enkelte arbejdspladser. Vores tillidsvalgte er fællesskabets frontpersoner, og  
273 HK skal arbejde for en større og bredere TR- og overenskomstdækning og en udvikling af både  
274 TR-rollen og det lokale arbejdsmiljøarbejde.

### 275 ➔ **UDVIKLE HK'S IDENTITET**

276 Vores medlemmer har mange fagligheder og identiteter, og de er i konstant udvikling. Vi skal  
277 undersøge og udvikle HK's identitet og image, så flere medlemmer og potentielle medlemmer kan  
278 se sig selv som en del af HK, og hvor HK's struktur ikke begrænser dette.

### 279 ➔ **NYTÆNKNING AF HK'S MEDLEMSDEMOKRATI**

280 HK's medlemsdemokrati skal opleves som nærværende og inddragende og skal afspejle alle vores  
281 medlemmer. Derfor skal demokratiet udvikles, så flere ønsker at engagere sig, og så også den  
282 yngre generation i højere grad engageres og repræsenteres.

283

## MÅL 4: HK VIL SIKRE INDFLYDELSE

284  
285  
286

Vi skal være en stærk stemme, der tager ansvar for en solidarisk samfundsudvikling og sikre indflydelse til gavn for medlemmerne.

287 **HK skal** gennem påvirkning af politiske beslutninger og samarbejde med relevante parter i Danmark  
288 og EU sikre medlemmerne de bedste vilkår for et langt, sundt og udviklende arbejdsliv. Men HK skal  
289 også være en samfundsaktør i bredere forstand og sikre, at der er fokus på temaer, som optager de  
290 yngre generationer. Ulighed er fortsat den største hindring for lønmodtagernes muligheder. Derfor skal  
291 HK være synlig, tydelig og tale med fælles stemme i den offentlige debat om emner, der direkte eller  
292 indirekte påvirker medlemmernes arbejdsliv og hverdag. Hvis HK's troværdighed som  
293 interessevaretager og samfundsaktør skal styrkes, er det både nødvendigt at lytte mere og i højere  
294 grad tale med én stemme og stå sammen udadtil.

295  
296  
297  
298  
299  
300  
301  
302  
303

*"Der er brug for, at man [HK] tør kigge ind og med hinanden diskutere (...): Kan vi gøre mere, hvis vi står sammen – og ikke siger, hvad kan vi gøre selv?"*

Kilde: Arena omverdensanalyse 2021.  
Citat fra beslutningstagerinterviews.

**Som en vægtig samfunds- og arbejdsmarkedsaktør** har HK en vigtig rolle at spille i udviklingen af velfærdssamfundet, den danske arbejdsmarkedsmodel og et uddannelsessystem i verdensklasse. Derfor skal HK konstant udvikle og påvirke politik, der bl.a. sikrer en solidarisk finansiering af velfærdssamfundet, mindsker ulighed, styrker byggestenene i flexicuritymodellen, giver muligheder for uddannelse og sporskifte livet igennem og ordentlige rammer for det bæredygtige arbejdsliv.

304 **Visse politiske emner** er særligt vigtige for HK at gøre en ekstra indsats for at påvirke, fordi de har  
305 stor betydning for medlemmernes livs- og arbejdsvilkår.  
306 HK skal insistere på, at mulighederne for livslang læring bliver forbedret. Det er svært at forestille sig,  
307 at lønmodtagere kan klare sig et helt arbejdsliv med den uddannelse, man får, når man er i starten af  
308 sit arbejdsliv. Omvendt kan det se svært ud at få uddannelse senere i sit arbejdsliv, hvor økonomiske  
309 og strukturelle barrierer spænder ben. Der bliver kamp om, hvilke faggrupper der er bedst rustet til  
310 fremtidens job – og vi skal synliggøre medlemmernes værdi på jobbet og i samfundet som helhed.  
311 Især mulighederne, men også udfordringerne, ved digitaliseringen af arbejdsmarkedet stiller nye krav til  
312 HK om at sikre politisk opbakning til bedre vilkår for efter- og videreuddannelse – uanset om man er  
313 arbejdsløs eller i beskæftigelse.  
314 Et arbejdsliv kan slide på krop og sind på en måde, der ikke nødvendigvis kan ses med det blotte øje.  
315 Vores medlemmer er glade for deres job, og mange vil gerne arbejde frem til pensionsalderen. Og hvis  
316 de skal kunne holde så længe, er det afgørende at forbedre det psykiske arbejdsmiljø markant, så  
317 trivslen og lysten til at blive på arbejdsmarkedet stiger, mens sygefraværet og mistrivslen falder.

318 HK skal være en tydelig stemme i debatten om ligestilling i samfundet generelt og på arbejdsmarkedet  
319 specifikt. Ulige behandling og diskrimination på arbejdspladsen er uacceptabelt, hvad enten der er tale  
320 om områder som ligeløn, seksuel chikane eller LGBT+.

## 321 Pejlemærker frem mod 2025

### 322 ➔ ÉN FÆLLES, STÆRK STEMME

323 HK skal tale med en fælles, koordineret og stærk stemme, så omverdenen oplever, at HK's  
324 positioner er genkendelige, tydelige og repræsenterer hele vores organisation.

325

### 326 ➔ DET GODE ARBEJDSLIV

327 HK vil arbejde for det gode arbejdsliv. Gennem et styrket sikkerhedsnet for lønmodtagerne vil vi  
328 sikre grundlaget for den danske model, og vi vil forebygge nedslidning og stress gennem et sikkert  
329 og sundt arbejdsmiljø, styrke familie-arbejdslivsbalance og mulighederne for at omstille sig via  
330 sporskifte og livslang læring.

### 331 ➔ ET ARBEJDSMARKED I UDVIKLING

332 HK skal understøtte og gribe mulighederne i den digitale og grønne omstilling. Danmarks  
333 erhvervs politik skal sikre vækst og flere job, og vores medlemmer skal styrkes i at varetage de nye  
334 job og involveres i arbejdspladsens omstilling. Vi vil arbejde for, at det danske samfund tilbyder  
335 fleksible uddannelser af høj kvalitet, der møder medlemmerne, hvor de er, og som reelt matcher  
336 arbejdsmarkedets behov.

### 337 ➔ LIGESTILLING OG LIGEBEHANDLING

338 HK arbejder for et inkluderende og ligestillet arbejdsmarked med lige muligheder for alle uanset  
339 køn, etnicitet, religion, seksuel orientering eller handicap.

### 340 ➔ UDVIKLING AF VELFÆRDSSAMFUNDET

341 HK arbejder for en fortsat solidarisk finansiering og udvikling af velfærdssamfundet. Den offentlige  
342 og private sektor er hinandens forudsætninger, og hvis velfærdsstaten skal fremtidssikres, skal de  
343 bredeste skuldre bære mest. Fællesskabet skal sikre, at alle lønmodtagere har lige muligheder for  
344 et godt liv.