

Vergroting van het veiligheidsbewustzijn

Consument en Veiligheid

- Cees Meijer, hoofd externe betrekkingen
- Anita Almaši, projectleider

Startconferentie Actieplan
Arbeidsveiligheid, 1 juli 2010



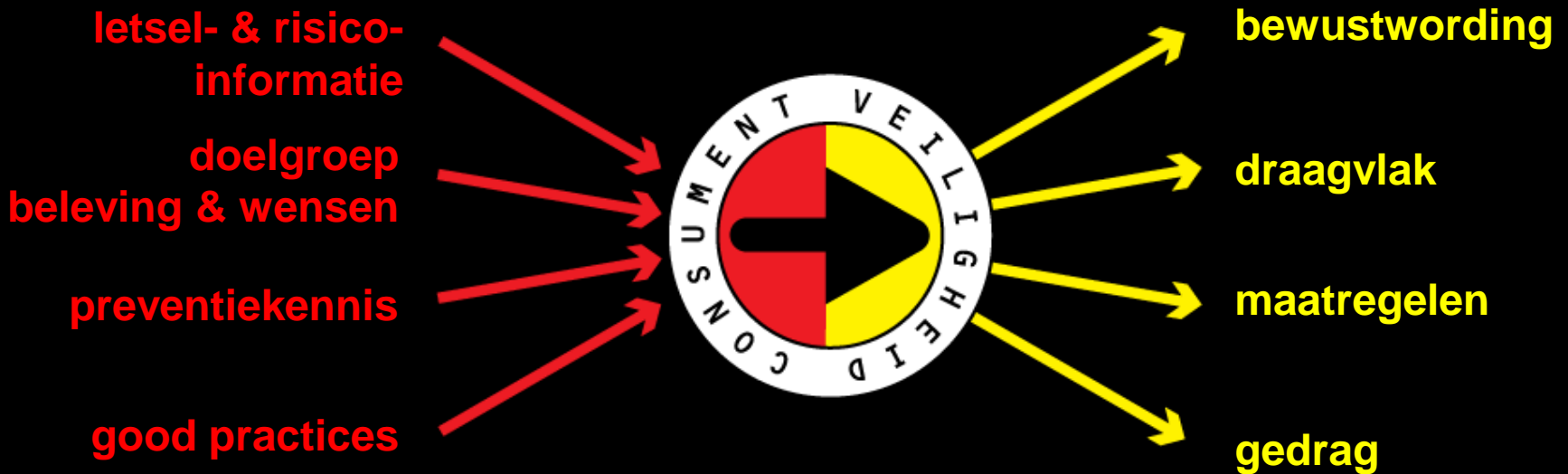
Consument en Veiligheid

- Sterk in het voorkomen van ernstige ongevallen.
- In privé-, onderwijs-, zorg-, sport- en werkomgeving.
- Onafhankelijk expertisecentrum voor ongevalinformatie en –preventie. Kijkt naast ongevallencijfers, oorzaken en kosten tevens naar gedrag, omgeving en technologie.
- Kracht = de synergie van meten, weten en intuïtie.

‘Elke oplossing kent een gedegen basis en elke kennisvergaring wordt gevolgd door een praktische en duurzame oplossing, bijvoorbeeld een gedragsinterventie’



Onze werkwijze



Arbeidsveiligheid

Bedrijven hebben over het algemeen technische veiligheidsmaatregelen ingesteld en organisatorische aanpassingen ten behoeve van veiligheid gedaan.

Toch blijven er (bijna-)ongevallen plaatsvinden.

Reden? Het gedrag.



Integratie zorgt voor synergie



Arbeidsveiligheid

- Focus = door SZW geprioriteerde ongevalrisico's:
 - Werken met machines
 - Werken op hoogte
 - Werken met heftrucks
- Samenwerking met brancheorganisaties en individuele bedrijven.
- Basis = doelgroeponderzoek, zodat synergie ontstaat tussen de interventie en de praktijk.



Doelgroeponderzoek

- Geeft inzicht in belemmeringen, kansen, randvoorwaarden
 - Welk gedrag?
 - Wat zijn kennis en opvattingen van een doelgroep?
 - Waarom doen ze niet wat ze moeten doen?
 - Welke belemmeringen worden ervaren?
 - Wat is kansrijk voor verandering?
 - Met wat voor interventie(s)?
- Via verkenning en analyse van gedrag en determinanten
 - desk research
 - gesprekken met deskundigen
 - interviews directie
 - Interviews en groepsgesprekken arbocoördinatoren
 - Interviews leidinggevenden
 - groepsgesprekken en vragenlijsten werknemers



Wensen uit het veld

Belangrijke aangrijpingspunten uit het doelgroeponderzoek zijn de wensen van de werknemers, werkgevers en arboprofessionals.

“Wij willen graag een interventie die”

- niet belerend is
- parallel kan lopen aan onze bestaande systemen en communicatiekanalen (bijvoorbeeld t.b.v. meldingen onveilige situaties, werkoverleg, toolbox meetings) en deze het liefst versterkt
- langdurig in te zetten is
- niet tijdrovend is



Vertalen van kennis naar oplossing

Aangenaam, Alerta is mijn naam!

Consument en Veiligheid wil bedrijven hiermee een praktisch handvat bieden om te laten zien hoe - op een relatief eenvoudige manier - gedragscommunicatie kan worden geïntegreerd in de reeds bestaande systeembenadering.

Let op!



Ik zit
niet 24 uur
per dag op
je schouder.



Uitrol van de interventie

- Eerst pilot bij een selectie van bedrijven:
 - papier- en kartonindustrie, jachtbouwindustrie, betonbouw, bedrijven die werken met heftrucks, metaalbedrijven
- Daarna aanscherping van de interventie:
 - Op basis van vragenlijsten, telefonische enquêtes, expert meetings
- Vanaf oktober 2009:
 - Interventie is landelijk beschikbaar voor alle bedrijven die aan gedragscommunicatie willen werken
 - De afgelopen 9 maanden hebben al meer dan 920 bedrijven zich aangemeld



Gedragscommunicatie

- Gratis Alerta startpakket
 - Diverse materialen die langdurig en eenvoudig ingezet kunnen worden
 - CampagnePlanner als praktisch handvat voor het opzetten van de campagne
 - Extra materiaal kan besteld worden via de website
- Kennisoverdracht gedragscommunicatie
 - DVD in het gratis startpakket
 - met voorbeelden hoe gedrag als verbetercomponent in te zetten naast technische en/of organisatorische maatregelen, hoe elkaar aan te spreken, hoe een gedragscampagne voor te bereiden en te benutten
 - Regionale trainingen voor arboprofessionals/directies die gedragscommunicatie gaan inzetten
 - kennis over gedragsinterventies, hoe te sturen op bewustwording, concrete handvatten hoe om te gaan met gedragsaspecten



Voor meer informatie

www.veiligheid.nl/alerta

info@veiligheid.nl

