

Communiceren over veilig en gezond werken

Hoe zet ik een bedrijfsinterne
campagne op?

5-stappenplan

Tips

Voorbeelden

Hulpmiddelen

Verbetercoaches

5x

beter

ijzersterk
voor veilig
werk

inhoudsopgave

Waarom deze brochure?	05
De vijf stappen van een goede communicatiecampagne	06
VOORBEELD: Communicatiecampagne Machineveiligheid	08
VOORBEELD: Communicatiecampagne Lasrook	10
VOORBEELD: Communicatiecampagne Fysieke belasting	12
Producten 5xbeter	14



waarom deze brochure?

Bij een goede bedrijfsvoering hoort serieuze aandacht voor veilig en gezond werken. Los van de wettelijke verplichting draagt dit ook bij aan duurzame inzetbaarheid van het personeel. Dat gaat veel verder dan de aanwezigheid van de juiste machines en hulpmiddelen. Essentieel is dat iedereen in het bedrijf het belang inziet van veilig en gezond werken en hier ook daadwerkelijk naar handelt. Communicatie speelt hierbij een sleutelrol.

Het ontwikkelen en uitvoeren van een interne communicatiecampagne is een prima middel om dit doel te bereiken. Dat klinkt ingewikkeld, maar is het niet.

Dit boekje bevat een 5-stappenplan voor het ontwikkelen en uitvoeren van een goede communicatiecampagne. Naar keuze kan dat heel simpel of juist uitgebreid. 5xbeter biedt tal van kant-en-klare producten voor communicatiecampagnes, gratis te downloaden of bestellen via [5xbeter.nl](https://www.5xbeter.nl). Daarbij staan de Verbetercoaches kosteloos voor u klaar met advies en geven zij zelf voorlichting. Ter inspiratie zijn drie concrete voorbeelden van communicatiecampagnes opgenomen. Eén bij een klein bedrijf, één bij een groot bedrijf en een campagne geïnitieerd door een Ondernemingsraad. Allemaal opgebouwd met de hulpmiddelen van 5xbeter, IJzersterk voor veilig werk. Want sámen maken we de metaal veilig.

Veel succes!

de vijf stappen

van een goede communicatiecampagne

Het uitvoeren van een goede communicatiecampagne is eenvoudiger dan het lijkt. Met onderstaande vijf stappen gaat het zeker lukken. 5xbeter biedt u hierbij kosteloos tal van praktische hulpmiddelen en ondersteuning door de Verbetercoaches.

1. Doel en doelgroep

Een goede communicatiecampagne start met een heldere, realistische en concrete doelstelling. Benoem ook het gewenste eindresultaat en als het kan tussentijdse resultaten. Dit maakt tussentijdse bijsturing makkelijker. Ook kan zo worden getoetst of het gewenste resultaat is bereikt. Bepaal naast de doelstelling ook op wie de campagne zich richt: de doelgroep.

2. Beleg verantwoordelijkheden en bevoegdheden

Stel duidelijk vast wie welke verantwoordelijkheden heeft in de communicatiecampagne. Leg vast wie inhoudelijke en wie financiële beslissingen neemt, en wie verantwoordelijk is voor de uitvoering van de onderdelen van de campagne. En boven alles: wijs een coördinator aan bij de organisatie van de campagne.

3. Bepaal het budget en middelen

Met elk budget valt een goede veiligheidscampagne in te richten. Er is al veel materiaal beschikbaar, bijvoorbeeld op de website van 5xbeter. Stel van tevoren een budget vast, zodat degene die de campagne organiseert, weet wat mogelijk is. Spreek daarbij duidelijk af hoeveel tijd medewerkers aan de campagne mogen besteden. Zoek middelen die qua stijl passen bij het doel van de campagne: bijvoorbeeld informatief, interessant, leuk of indrukwekkend.

Uit een peiling onder werkgevers en werknemers in de metaal blijkt dat onderstaande vijf uitgangspunten communicatie over veilig en gezond werken in de branche het meest effectief maken:

- Verkoop veilig en gezond werken door het vertellen van verhalen en geven van goede voorbeelden, rolmodellen en gewoontegedrag.
- Maak regels (verplichtingen) en laat voorbeelden zien van hoe het (veilig en gezond) moet.
- Organiseer hier workshops voor, waarna je concreet de goede voorbeelden herhaalt en laat zien, bijvoorbeeld met posters.
- Laat een feitelijk en indrukwekkend verhaal vertellen (met soms een kwinkslag) door een (herkenbare) collega uit de branche.
- Elke vorm van beeld ondersteunt hierbij het beste (ten opzichte van tekst en audio). Lift mee op bestaande afspraken in beeldtaal (vorm / kleur) en wees consequent, bij voorkeur in groen/blauw of oranje/geel.

4. Maak een draaiboek / planning

Bereid de campagne goed voor en maak een planning of draaiboek. Stel vast

- wat er gecommuniceerd gaat worden,
- waarin of waarmee en
- wanneer.

Zorg dat iedereen die de inhoud van de campagne uit moet dragen, van tevoren goed op de hoogte is! Iedereen moet weten wat zijn of haar rol in de campagne is. Reserveer de agenda's van medewerkers die aanwezig moeten zijn bij een bijeenkomst. Een duidelijk begin- en eindpunt van de campagne voorkomt verwarring of verwatering.

5. Evaluatie en bijsturing

Evalueer achteraf en liefst ook tijdens de campagne: is de doelstelling bereikt? Wat gaat goed? Wat kan beter? Is bijsturing nodig? Maak foto's van zichtbare resultaten. Gebruik deze beelden op intranet, in nieuwsbrieven of hang ze op in het personeelsrestaurant of op het personeelsinfobord. Dat maakt de campagne levendig.

voorbeeld:

Communicatiecampagne Machineveiligheid bij een groot bedrijf



Wigman BV is een groot bedrijf met 450 man personeel. Henk werkt er als KAM-coördinator. Hij weet dat de machineveiligheid bij Wigman in orde is. Vorig kwartaal heeft hij met een Verbetercoach nog de Verbetercheck Machineveiligheid uitgevoerd. Daarop zijn nog enkele beheersmaatregelen doorgevoerd. Dan hoort Henk van een ongeval bij een toeleverancier door een menselijke fout. Dat mag bij Wigman niet gebeuren!

Via zijn leidinggevende stelt Henk de directie voor om een communicatiecampagne over veilig werken met machines te houden. De directie heeft twijfels. Veiligheid is belangrijk, maar recent zijn toch alle gewenste beheersmaatregelen genomen? Ze vraagt Henk om concreter aan te geven wat nu precies zijn doel is.

Hierop formuleert Henk als doel en doelgroep van de communicatiecampagne: alle medewerkers die in de buurt van machines komen kennen de risico's hiervan en passen alle afgesproken veiligheidsmaatregelen toe in hun werk. De directie onderschrijft dit doel. Zij benoemt Henk tot projectleider, stelt dat er maximaal 400 manuren en € 2500,- budget mogen worden besteed en dat het project over 3 maanden moet zijn afgerond.

Stappen

- Week 1: opstellen campagneplan en -planning
- Week 3: overleg met de VGWM-commissie
- Week 5: instructiekaarten gereed voor alle machines
- Week 6: aankondiging voorlichtingsbijeenkomsten met

posters, op infoborden en in het personeelsblad

- Week 7: voorlichtingsbijeenkomsten met een Verbetercoach
- Week 7: top 3 van afspraken benadrukken via infoborden en het personeelsblad
- Week 8 -12: extra toezicht door leidinggevenden op toepassen van top 3 afspraken
- Week 12: evaluatie

Praktijk

De VGWM-commissie is enthousiast over het idee van een voorlichtingsbijeenkomst. Zij geeft ook direct mee dat er veel verschillende machines in het bedrijf zijn met elk hun eigen kenmerken. Besloten wordt direct voor elke machine een instructiekaart te maken met pictogrammen. 5xbeter heeft hiervoor een handige tool.

Voor de aankondiging in het personeelsblad belandt Henk bij personeelszaken. Hier ontstaat het idee om de risico's en veiligheidsmaatregelen ook op te nemen in het personeelshandboek en veilig werken als vast beoordelingscriterium op te nemen bij de functioneringsgesprekken.

Bij de voorlichtingsbijeenkomst wordt een nieuwe hobbel duidelijk: enkele leidinggevenden vinden het lastig mensen aan te spreken op hun gedrag. Deze leidinggevenden geven zich op voor de workshop Toezicht van 5xbeter.

Opbrengst en evaluatie

De evaluatie laat een positief beeld zien. Via de leidinggevenden wordt gecheckt of de medewerkers nu goed bekend zijn met de risico's en alle gewenste veiligheidsmaatregelen nemen. De leidinggevenden stellen dat er een forse verbetering heeft plaatsgevonden. Er zijn nog twijfels over hoe het onderwerp bij de anderstalige medewerkers is geland. Men constateert dat men ook aan de slag had moeten gaan met het woordenboek van 5xbeter, en de KAM-coördinator gaat dit alsnog doen. Opname van veilig en gezond werken bij de beoordelingscriteria van de functioneringsgesprekken houdt het onderwerp op de agenda.

Kosten

Uiteindelijk heeft de campagne zo'n 350 uur gekost en bleven de out-of-pocket kosten beperkt tot € 250,-.

voorbeeld:

communicatiecampagne lasrook bij een klein bedrijf



**GEBRUIK DE VOORZIENINGEN
OP DE JUISTE MANIER**



**HOUD JE HOOFD
UIT DE ROOKPLUIM**

In metaalbedrijf Tesink wordt veel gelast waarbij ongezonde lasrook vrijkomt. Directeur Tesink wil blootstelling hieraan zo veel mogelijk beperken. Eerder is Tesink al door een Verbetercoach van 5xbeter bezocht. Die heeft geholpen bij het invullen van de Verbetercheck Lasrook. Tesink heeft de hierin geadviseerde beheersmaatregelen genomen. Nu wil hij zijn lassers bewegen om blootstelling aan lasrook zo veel mogelijk te beperken.

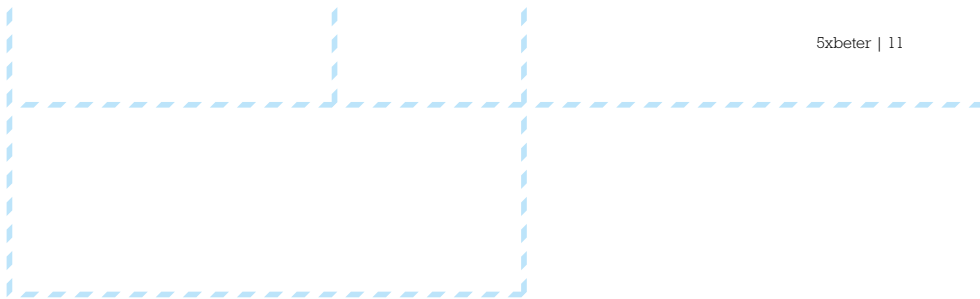
Tesink kiest voor een korte communicatiecampagne gericht op de lassers van het bedrijf. Hij wil bereiken dat bij hen de risico's van blootstelling aan lasrook bekend zijn en dat zij de drie belangrijkste regels om blootstelling te beperken tussen hun oren krijgen en toepassen. Tesink trekt 4 weken uit voor de campagne en benoemt zijn bedrijfsleider tot coördinator. Zelf wil hij als

eindverantwoordelijke betrokken zijn bij het verloop. Daarbij stelt Tesink dat de campagne maximaal 20 manuren en € 250,- mag kosten.

Stappen

De bedrijfsleider kiest ervoor zoveel mogelijk kant-en-klare producten en een Verbetercoach van 5xbeter in te zetten.

- Week 1: aankondiging voorlichtingsbijeenkomst per e-mail en op posters
- Week 2: voorlichting door de Verbetercoach, inclusief vertoning Toolboxfilm
- Week 3: tijdens het gewone werkoverleg nogmaals de Toolboxfilm bekijken en nagaan of men zich aan de afspraken houdt
- Week 4: afronding project en evaluatie



HOPELIJK WERKT DE VENTILATIE HEER OOK GOED

PLAATS BRONAFZUIGING
DICHT OP JE LASWERKVERVANG REGELMATIG
JE WEGWERPMASKER

Praktijk

Tijdens de voorlichtingsbijeenkomst bespreekt de Verbetercoach hoe veilig te werken. Hij noteert een afspraken top 3 op de Verbeterposter. Die komt in de werkplaats te hangen. Na afloop krijgen de lassers nog boekjes en lasrookmagneten mee. De bedrijfsleider belooft gevulde koeken als iedereen zich aan de werkafspraken houdt en de top 3 van buiten kent.

Na de bijeenkomst heeft een van de lassers een discussie gehad met zijn leidinggevende, waarbij bleek dat de leidinggevende niet goed op de hoogte was van de risico's en nieuwe afspraken. Na overleg met de directeur wordt besloten de leidinggevenden de Toolboxfilm te laten zien, maar vooral ook het gesprek aan te gaan over hun rol op het gebied van toezicht en lijnverantwoordelijkheid.

Opbrengst en evaluatie

De risico's zijn bij de lassers bekend en de werkafspraken worden nageleefd. De gevulde koeken komen op tafel. Afgesproken wordt maandelijks bij het werkoverleg na te gaan of er nog steeds veilig wordt gewerkt. De poster blijft hangen. De lassers stellen voor dat elke nieuwe lasser bij binnenkomst in het bedrijf de Toolboxfilm moet zien. Ook dat wordt een werkafpraak. Het gesprek over de rol van leidinggevenden ten aanzien van veiligheid en gezondheid is gestart en krijgt een vervolg.

Kosten

15 manuur en € 20,- voor gevulde koeken.

voorbeeld:

Communicatiecampagne Fysieke belasting op initiatief van een Ondernemingsraad



Voordewind is een grote producent van gespecialiseerde gereedschappen. Het afgelopen jaar heeft de directie veel geïnvesteerd in het beperken van de fysieke belasting. Er is een Verbetercoach geweest die de risico's heeft geïnventariseerd en daarna zijn er door de directie maatregelen getroffen en zijn er heftafels en andere hulpmiddelen aangeschaft.

Ondanks deze maatregelen krijgt de OR signalen dat het beperken van de fysieke belasting te weinig leeft: zowel bij de medewerkers als bij de leidinggevenden in de lijn. Hierdoor staan de nieuwe hulpmiddelen ongebruikt aan de kant en werken veel medewerkers op de 'oude manier' door. De OR stelt vast dat er een cruciale stap over het hoofd is gezien bij de implementatie van een nieuwe werkwijze en bijbehorende hulpmiddelen: communicatie!

Initiatiefrecht

De OR besluit gebruik te maken van het Initiatiefrecht en wil de bestuurder stimuleren om een communicatiecampagne over fysieke belasting te organiseren. De OR nodigt de Verbetercoach uit om de mogelijkheden door te spreken. Dit levert een voorstel op, dat de OR bespreekt met de bestuurder. De bestuurder reageert hierop enthousiast.

Afgesproken wordt dat het doel van de campagne luidt: medewerkers worden zich bewust van de risico's van verkeerde fysieke belasting en weten wat mag en kan qua fysieke belasting. Daarbij raken zij op de hoogte van de juiste hulpmiddelen en passen deze daadwerkelijk toe.

De directie stelt voor de campagne 350 uur en € 2.000,- beschikbaar.



De bestuurder is eindverantwoordelijk, waarbij hij de OR op de hoogte zal houden van de voortgang. Voor de campagne wordt 10 weken uitgetrokken.

Stappen

Via posters en het werkoverleg worden medewerkers en leidinggevenden geattendeerd op een te houden voorlichtingssessie met een Verbetercoach. In de sessie met de Verbetercoach worden de risico's van verkeerde belasting toegelicht en leren de deelnemers welke maatregelen zij kunnen treffen om overbelasting door een verkeerde werkhouding en te zwaar tillen te voorkomen. Ook wordt het gebruik van de hulpmiddelen toegelicht en gepromoot. Op posters wordt vastgelegd hoe vanaf heden op een goede manier wordt gewerkt. Deze posters worden op de werkplek en in de kantine opgehangen.

Opbrengst en evaluatie

Direct na de sessie met de Verbetercoach is een duidelijke verbetering in kennis en werkhouding zichtbaar. Omdat nog niet iedereen zich de nieuwe werkwijze direct eigen heeft gemaakt, wordt afgesproken fysieke belasting wekelijks te laten terugkomen in het werkoverleg. De directie complimenteert de OR met de bereikte resultaten.

Kosten

Uiteindelijk kostte de hele campagne slechts 135 uur en € 300,- out-of-pocket kosten.

producten 5xbeter

5xbeter ontwikkelt instrumenten en hulpmiddelen die bedrijven en medewerkers kunnen gebruiken om veiliger en gezonder te werken. Alle producten zijn te gebruiken, downloaden en bestellen op 5xbeter.nl. Ze zijn kosteloos beschikbaar voor iedereen die werkt in de Metaalbewerking en de Metalektro.

Er komen steeds producten bij en bestaande producten worden verbeterd. Daarom volgen hier enkele voorbeelden die gebruikt zijn bij de communicatiecampagnes belicht in deze brochure. Ga voor een volledig overzicht naar 5xbeter.nl.



Communicatiecampagne 1: Machineveiligheid

Naast de Verbeterchecks heeft 5xbeter een serie (digitale) instrumenten en hulpmiddelen ontwikkeld.

Machineveiligheid is soms een ingewikkeld thema, de Verbetercheck invullen kan tot vragen leiden. Met de onderstaande instrumenten biedt 5xbeter ondersteuning bij het invullen van de Verbetercheck en het uitvoeren van het Plan van Aanpak. Daarnaast zijn er instrumenten om concreet met Machineveiligheid op de werkvloer aan de slag te gaan.

- [Stappenplan Machineveiligheid](#)
Flyer voor werkgevers en werknemers: concrete stappen naar veilig en gezond werken met machines
- [Papieren versie Verbetercheck](#)
Inventariseer voor u de Verbetercheck online invult eerst al uw machines met behulp van de papieren Verbetercheck. Nota bene: dit is slechts een hulpmiddel en vervangt nooit de digitale invoer van de Verbetercheck
- [Machinekaarten](#)
De belangrijkste gebruiksregels per machine op een rij, ter bevestiging aan of bij de machine
- [Model machine-onderhoudsboek](#)
Houd bij welk onderhoud wanneer aan welke machine plaatsvindt

- [Posters](#)

Voor op de werkvloer: een poster per machine met het belangrijkste risico

- [Pictogrammenstickers](#)

Voor op de machines: veiligheidsbril en/of gehoorbescherming verplicht en handschoenen verboden

- [Toolbox Machineveiligheid, hand-outs en aankondigingsposter](#)

Toolbox voor werkgever en werknemers voor bewustwording en gedragsverandering op de werkvloer

- [Voorlichtingsfilms](#)

- Algemene film 5xbeter Machineveiligheid
- Diverse PIMEX films

Op de website zijn tevens downloadbare pictogrammen van arbeidsmiddelen, bewerkingen, producten, gevaren, maatregelen en nuttige hulpwoorden beschikbaar. Samen met het 11-talig woordenboek kunnen deze gebruikt worden voor machineinstructiekaarten.

Het woordenboek is een hulpmiddel bij de communicatie met anderstaligen op de werkplek. Houd hierbij rekening met de tips voor anderstaligen (te vinden bij de oplossingen voor nieuwkomers), bijvoorbeeld over tolken, vertalen en het gebruik van beeldmateriaal. Sommige talen, zoals Grieks en Arabisch vragen door hun bijzondere alfabet eerder professionele hulp dan andere.





Communicatiecampagne 2: Lasrook

Er zijn Toolbox- en PIMEX films die de risico's van schadelijke lasrook in beeld brengen en laten zien wat een lasser zelf kan doen om de blootstelling aan lasrook te voorkomen of beperken. De PIMEX films zijn beschikbaar in het Nederlands, Duits, Engels en Pools. Het lasrookpakket bevat 5 exemplaren van het boekje 'Lasrook te lijf!' voor lassers, 3 magneetmatten met cartoons voor de laswerkplek en een poster om een voorlichtingsbijeenkomst aan te kondigen. Tevens is er een algemene 5xbeter-film over lasrook beschikbaar.



WERK VEILIG EN GEZOND! FYSIEKE BELASTING 5xbeter.nl



koninklijke  **metaalunie**

FME  CWM

FNV
UNIE VAN
WERKGEÛTEN

cnv Vakmensen


De **Unie**



Communicatiecampagne 3: Fysieke belasting

Naast de Verbetercheck heeft 5xbeter meerdere instrumenten en materialen ontwikkeld om met het thema Fysieke belasting aan de slag te gaan:

- Brochure Fysieke belasting: alles over fysieke belasting en wat 5xbeter te bieden heeft.
- Downloadbare factsheets met praktische oplossingen.
- Presentatie, hand-outs en posters om zelf een Toolboxmeeting in uw bedrijf te organiseren.
- Algemene film 5xbeter Fysieke belasting.

Al deze instrumenten en hulpmiddelen kunt u via www.5xbeter.nl bekijken, downloaden en bestellen. Voor persoonlijk advies bij het invullen van de Verbeterchecks biedt 5xbeter metaalbedrijven de ondersteuning van Verbetercoaches aan. De Verbetercoach adviseert ter plekke welke maatregelen een bedrijf kan nemen. Bel gratis de Verbeterlijn (0800 555 50 05) of mail info@5xbeter.nl en maak een afspraak met een Verbetercoach.



Voor vragen, tips of afspraak met een Verbetercoach,
bel de Verbeterlijn: 0800 555 50 05 (gratis),
of stuur een mail naar info@5xbeter.nl