



## Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !



Presentatie voor Prebes  
17 mei 2010  
Provikmo - Roeselare



FULLMARK n.v.

Uw contact : Piet Logghe T + 32 477 23 50 24 / piet.logghe@fullmark.be



## Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

### Agenda:

1. Regelgeving
2. Wat is sensibiliseren?
3. Technieken uit de marketing
4. Toepassing op bedrijfsbeleid
5. Vraag en antwoord



## Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

### Regelgeving – wat zegt de wet?

1. KB Welzijnswet + KB IDPBW : verplichtingen van de werkgever inzake onthaal, begeleiding, informatie en vorming van de werknemers.
2. De leidinggevende, en dus ook de werkgever, kan persoonlijk (strafrechtelijk ) aansprakelijk worden gesteld bij een ernstig ongeval.
3. De werknemer is verplicht deel te nemen en de instructies op te volgen.



## Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

### Wat is sensibiliseren?

1. Definitie: *gevoelig, ontvankelijk maken, vooral door iemand ergens bij te betrekken, door informatie te verschaffen.*
2. Informeren  $\neq$  procedures communiceren  $\neq$  sensibiliseren.
3. 85% (gedrag)- 15% (techniek) -> oorzaak ongevallen DUS mentaliteitswijziging of versterking essentieel.
4. **NIET:** poster omhoog hangen, folders verspreiden, werknemers laten tekenen voor een toolbox, repressief beleid,...
5. **WEL:** effectief en gestructureerd campagne voeren volgens bewezen principes. NO ONE SHOTS !!!



## Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

### Technieken uit de marketing:

Visueel – op niveau werknemer – acceptatie door iedereen → **ACTIE**



- Keep it Simple – Short – Sexy
- Testimonial
- Nieuwsgierig maken



## Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

### Technieken uit de marketing:

Visueel – op niveau ontvanger – acceptatie door iedereen → **ACTIE**



- Emotie
- Herhaling
- Structuur
- Hiërarchie
- Humor



# Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

## Technieken uit de marketing:

Visueel – op niveau ontvanger – acceptatie door iedereen → **ACTIE**

- Actie vragen
- Beloning
- Verleiding

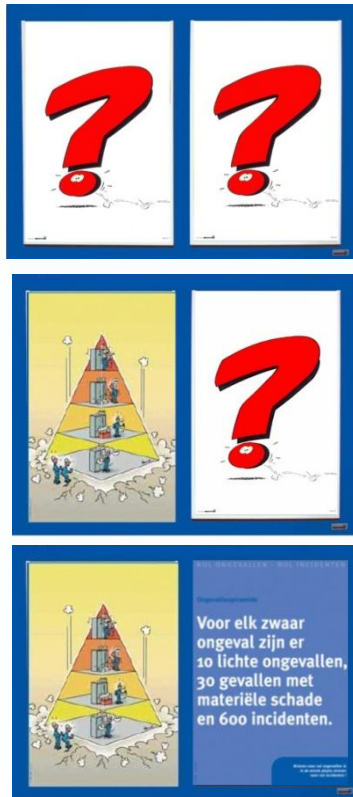




# Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

## Toepassing op bedrijfsbeleid

ACTIE via structuur, herhaling, emotie, hiërarchische lijn, beloning, kleuren, humor,...



### COLLECTIEVE SENSIBILISATIE

- Aankondiging campagne
- Nieuwsgierig maken, elke maand
- Herhaling door maandthema
- Structuur
- Humor
- KISSS
- Kleuren
- Communiceer op strategische plaatsen!





# Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

## Toepassing op bedrijfsbeleid

ACTIE via structuur, herhaling, emotie, hiërarchische lijn, beloning, kleuren, humor,...

**Actiefiche 1**  
De veiligheidsreflex:  
Ik stop even  
en denk na  
voor ik iets doe!

Behandelde thema's: Nadenken, anticiperen, observeren, de risico's analyseren

Even stilstaan om snel de risico's te analyseren voor je een werk begint of verder zet, is nooit tijdverlies!

Volg het voorbeeld van de piloot die de cockpit alles nakijkt voor hij opstijgt: inspecteer je werkomgeving zorgvuldig voor je begint.

Stel jezelf altijd de volgende vraag:  
Wat kan er gebeuren als er iets fout gaat?

**Wat kunnen we analyseren voor we aan de slag gaan?**

Eerst moeten we proberen het risico weg te nemen. Als dat niet kan, proberen we het te beperken (bijvoorbeeld door een gevaarlijk product door een minder gevaarlijk product te vervangen). Daarna gebruiken we collectieve beschermingsmiddelen en tenslotte persoonlijke beschermingsmiddelen.

**Ik let op indien...:**

- iedereen de juiste houding aanneemt,
- de signalisatie aangepast is,
- alle collectieve beschermingsmiddelen aanwezig zijn,
- de werkomgeving ordelijk en schoon is,
- het gereedschap en de uitrusting in orde zijn,
- iedereen zich op de juiste plaats bevindt,
- iedereen zijn persoonlijke beschermingsmiddelen draagt,
- alle administratie in orde is.

**Wist je dit?**  
De beste manier om veilig te zijn, is niet denken dat je veilig bent!  
Thomas Fuller (Engelse arts)

**Actiefiche 1**

**Wat zegt dewet?**  
De systemen voor risicoanalyse die de ondernemingen hanteren moeten dynamisch zijn, dus aangepast aan een werkomgeving (of zelfs een klimaat) die verandert en evolueert.

**Getuigenis "Gevaarlijk lossen"**

Mijn baas vroeg om de vrachtwagen te lossen. Omdat het zware pakken waren, ging ik de hijskraan halen. Om tijd te winnen, begon ik meteen te werken, zonder de zone af te bakenen. Een collega liep langs de kraan, ik had hem niet gezien en bewoog de hendel... hij werd op de grond geslagen... veel opschudding en een gebroken arm!

Als ik eventjes had nagedacht, had ik de risico's gezien en mijn werkzone afgebakend om mijn collega's te beschermen.

**Risico's in huis**

Een lamp vervangen  
Ongevallen in de woning zijn erg talrijk en soms heel ernstig. Zelfs als je gewoon maar een lamp van de verlichting vervangt, moet je even nadenken voor je begint: waar zal ik op klimmen? Is de vloer glad? Wat zo mij kunnen doen vallen? Heb ik de stroom wel uitgeschakeld? Welke gereedschap heb ik nodig? en neem de nodige maatregelen om een ongeval te voorkomen.

Vragen om over na te denken / te bespreken  
*Je hoeft niet schriftelijk op deze vragen te antwoorden. Ze willen je doen nadenken en een discussie uitlokken.*

- Waarover moet je nadenken voor je aan een gevaarlijk werk begint?
- Hoe lang duurt een laatste minuut risicoanalyse?
- Hoe maak je een goede laatste minuut risicoanalyse?
- Wat kunnen we op het laatste ogenblik nog verbeteren?
- Waarom nemen we niet altijd de tijd om na te denken voor we iets doen?

## HIERARCHISCHE SENSIBILISATIE

- Aankondiging aan H.L.
- Wetgeving
- Getuigenis – vergelijking thuisituatie
- Structuur
- Actie vragen door vraag en antwoord
- Link met Veiligheidsinstructiekaart of een ongeval



# Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

## Toepassing op bedrijfsbeleid

ACTIE via structuur, herhaling, emotie, hiërarchische lijn, beloning, kleuren, humor,...

**Veiligheidswedstrijd**

Wij nodigen u van harte uit om deel te nemen aan de wedstrijd van onze veiligheidscampagne. Elke maand ontvangt u een individuele kaart met daarop het maandthema van de campagne. Hou deze kaarten zéér goed bij want aan het eind van de campagne krijgt u een vraag gesteld over elk thema. De winnaars van de wedstrijd krijgen een mooi geschenk. Wij wensen u een uitstekende, veilig campagne!

**Ik stop over en denk na voor ik iets doe!**

De veiligheidsbepaling: **Ik stop over en denk na voor ik iets doe!**

Even stilstaan om snel de risico's te analyseren voor je een werk begint of verderzet, is nooit tijdverlies. Volg het voorbeeld van de piloot die in de cockpit alles nakijkt voor hij opstijgt. Inspecteer je werkomgeving zorgvuldig.

**Preventiemaatregelen**

- Ik improviseer niet in mijn dagelijkse werk.
- Ik denk steeds na over mijn veiligheid vooraleer ik een werk begin.
- Ik beschouw elke onvoorzien omstandigheid als een alarmsignaal en dank na over de nieuwe risico's.
- In geval van een gevaarlijke situatie of handeling waarschuw ik mijn chef.

**Veiligheidswedstrijd**

1. Het is aangewezen om voorzichtig te zijn. - <input type="checkbox"/> Al de tijd te nemen om over veiligheid na te denken. - <input type="checkbox"/> Blijven nader na velden onzeker te maken.	4. Om ongevallen te voorkomen tijdens mijn werk: - <input type="checkbox"/> Al drag ik mijn PBM. - <input type="checkbox"/> Blijven nader de veiligheidsmarkering. - <input type="checkbox"/> Of respecteer ik de veiligheidsmarkering.	7. Drink en eet niet. - <input type="checkbox"/> Al verminderd het risico op ongevallen. - <input type="checkbox"/> Blijven nader na over mijn veiligheid denken. - <input type="checkbox"/> Of het risico alleen het einde van mijn werkdag moet zijn.	10. Als ik een risico ga nemen: - <input type="checkbox"/> Al moet ik nadenken en plan ik het werk. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik een schriftelijk rapport op moet maken. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik het moet doen.
2. Een slecht voorbeeld werkt onderbrenging. - <input type="checkbox"/> Blijven nader na velden onzeker te maken. - <input type="checkbox"/> Of ik doe het niet.	5. Een pro invaller: - <input type="checkbox"/> Al bescherm mij ook tegen andere dingen. - <input type="checkbox"/> Of bescherm mij niet tegen andere dingen.	8. Het is niet in mijn belang. - <input type="checkbox"/> Al moet ik niet denken aan de veiligheid. - <input type="checkbox"/> Of het is niet in mijn belang.	11. De PBM. - <input type="checkbox"/> Al moet ik nadenken en plan ik het werk. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik een schriftelijk rapport op moet maken. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik het moet doen.
3. Als ik een risico ga nemen: - <input type="checkbox"/> Al moet ik nadenken en plan ik het werk. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik een schriftelijk rapport op moet maken. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik het moet doen.	6. Scherp voorwerpen en scherpe randen: - <input type="checkbox"/> Al moet ik nadenken en plan ik het werk. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik een schriftelijk rapport op moet maken. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik het moet doen.	9. Het is niet in mijn belang. - <input type="checkbox"/> Al moet ik nadenken en plan ik het werk. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik een schriftelijk rapport op moet maken. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik het moet doen.	12. We ik is het beste gelding. - <input type="checkbox"/> Al moet ik nadenken en plan ik het werk. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik een schriftelijk rapport op moet maken. - <input type="checkbox"/> Of doe ik het maar omdat ik het moet doen.

Naam: \_\_\_\_\_ Voornaam: \_\_\_\_\_ Afdeling/dienst: \_\_\_\_\_

### INDIVIDUELE SENSIBILISATIE

- Aankondiging campagne!
- Kaart via loonfiche = direct marketing
- Uitleg + tips inzake maandthema
- Actie vragen door wedstrijd
- Beloning = emotionele cadeaus als cinematickets, bongo bon,...



# Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !

## Toepassing op bedrijfsbeleid





**Effectief sensibiliseren in elk bedrijf !**

**DANK VOOR UW AANDACHT**

**VRAGEN?**

**FULLMARK n.v.**

Uw contact : Piet Logghe T + 32 477 23 50 24 / [piet.logghe@fullmark.be](mailto:piet.logghe@fullmark.be)