

# Arbejds miljø - vigtigt, besværligt eller lige gyldigt ?

---

## Rødkærsbro Mejeri

Marts til december 2008



# ALECTIA

Heide Kommunikation  
[www.heidekommunikation.dk](http://www.heidekommunikation.dk)

Mejeriindustriens Arbejds miljøudvalg



# Disposition

---

1. Baggrunden: Derfor ville vi gerne deltage i projektet
2. Forløbet: Sådan var projektet bygget op
3. Mikrokampagner - en ny metode
4. Skal vi bruge belønninger i arbejdsmiljøarbejde ?
5. Afslutning – og spørgsmål fra salen



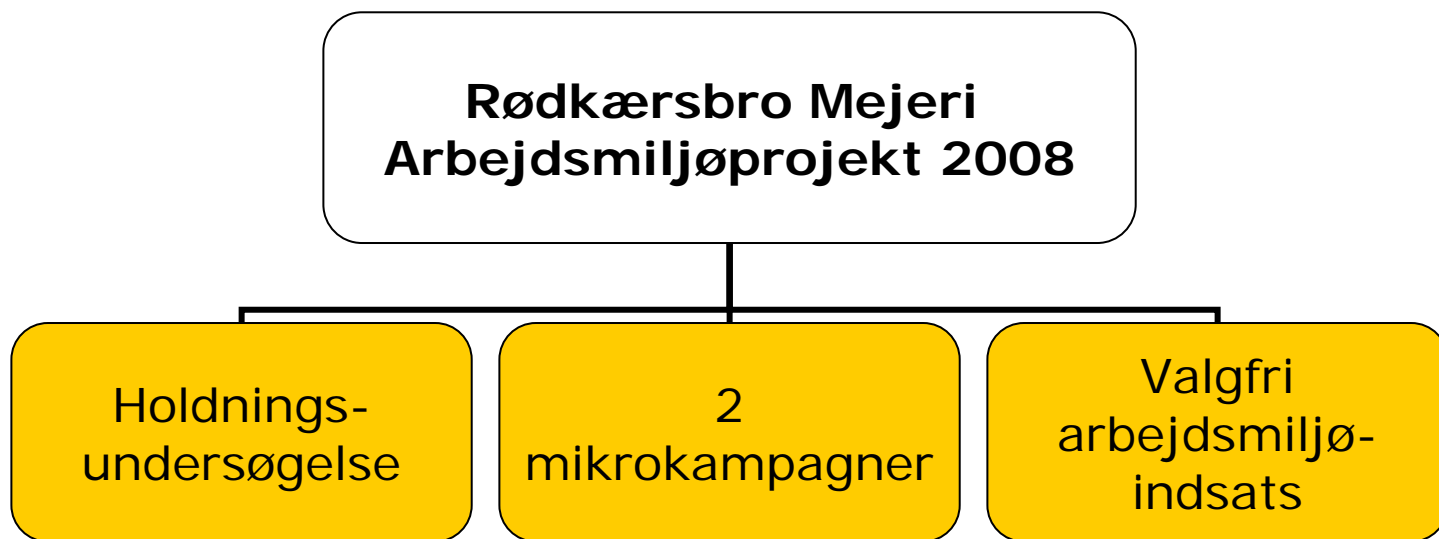
# 1. Derfor ville vi deltage i projektet

---

- Rødkærsbro Mejeri havde mange arbejdsulykker på grund af udvidelser (35 i 2007)
- Inddragelse af mellemledere var efterspurgt
- Rette tidspunkt

## 2. Sådan var projektforsløbet bygget op

### Projekt-indhold – de tre elementer



# Projektforløbet fra start til slut

---

- Marts-april: Holdningsundersøgelse
- Maj-august: Mikrokampagne 1
- September-december: Mikrokampagne 2
- Oktober-november: Selvvalgt projekt. 2 seminarer.  
For SiO og SiU med fokus på arbejde med sikkerhed

### 3. Hvad er en mikro-kampagne ?

---

- En kort, koncentreret kampagne, der over et bestemt tidsrum har til formål at påvirke en mindre, klart defineret gruppe personer i en bestemt retning – fx. påvirke deres adfærd
- Kan indeholde særlige incitamentter for målgruppen

# Hvad er særligt for mikro-kampagner ?

---

- De er kortvarige. Den korte varighed skal sikre, at projektet ikke ender med tabe pusten og gå død.
- De er fokuserede. De forsøger kun at påvirke den givne målgruppe – ikke arbejdspladsen generelt – og de har kun fokus på det definerede mål.
- De bruger som regel flere værktøjer på én gang for at nå målet.
- De er udviklet af Heide Kommunikation med udgangspunkt i metoder fra valgkampagner

# Mikrokampagne 1

---

”Fokus på sikkerhed i det daglige arbejde i Osteriet”

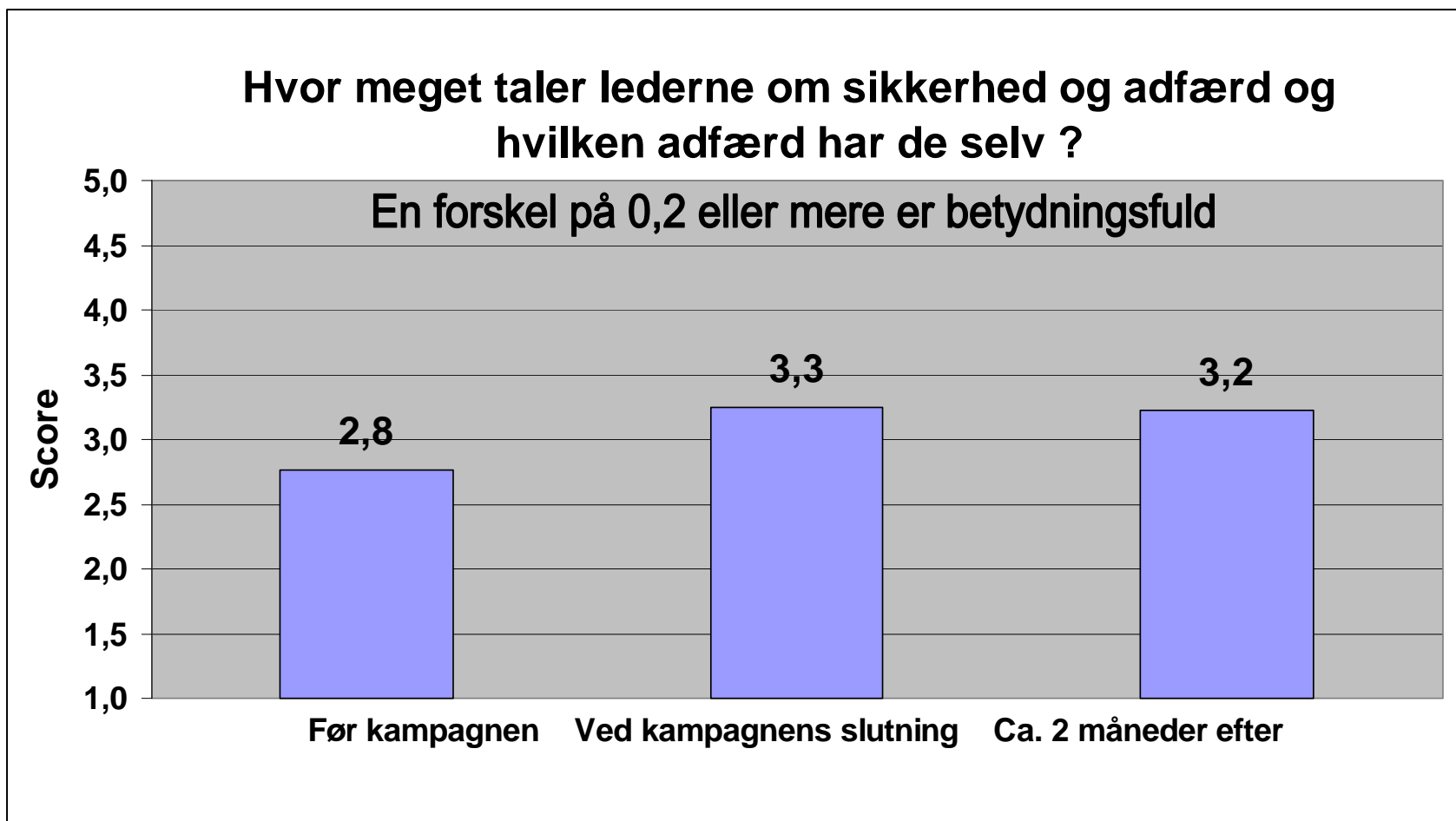
Formål:

- Ledelsen skulle være synlige overfor medarbejderne i Osteriet ved at vise, at sikkerhed er et vigtigt emne, og det er sat på dagsorden
- Målgruppen var ledelsen på alle niveauer i forhold til Osteriet:
  - Mejerichef, Produktionschef, Afdelingsleder, mellemledere og formænd



# Mikrokampagne 1

## Spørgeskemaundersøgelsen



# Mikrokampagne 1: Konklusion

---

- Medarbejderne oplever at lederne taler markant mere om sikkerhed og sikkerhedsmæssig adfærd
- Medarbejderne oplever at lederne har en markant bedre sikkerhedsmæssig adfærd
- Medarbejderne oplever ikke, at de selv taler mere om sikkerhed og adfærd

# Mikrokampagne 2

---

## "VIND FOR EN SIKKERHEDS SKYLD"

"Positiv og idérig adfærd i det daglige arbejde i Osteriet"

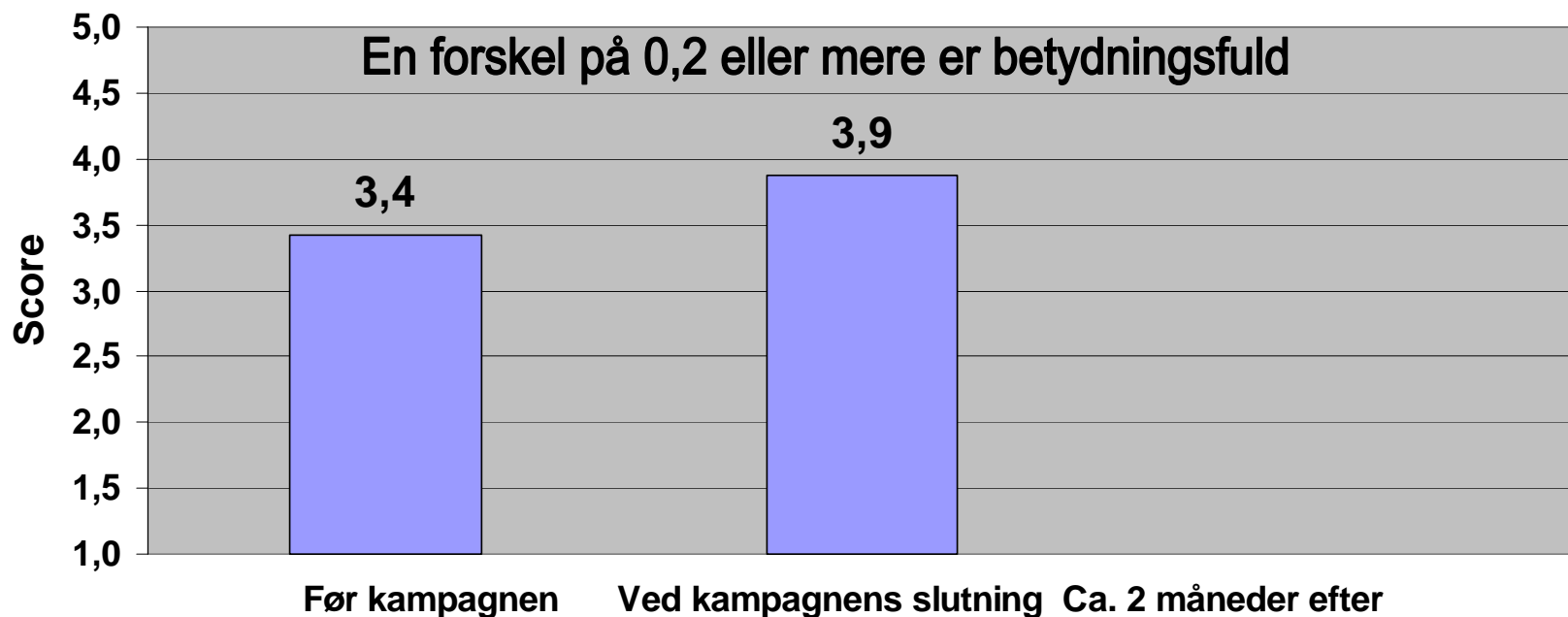
### **Formål:**

Medarbejderne i Osteriet og Pakkeriet motiveres til at finde gode idéer/forslag til ændrede rutiner, procedurer og adfærd, så sikkerheden i det daglige arbejde styrkes

# Mikrokampagne 2

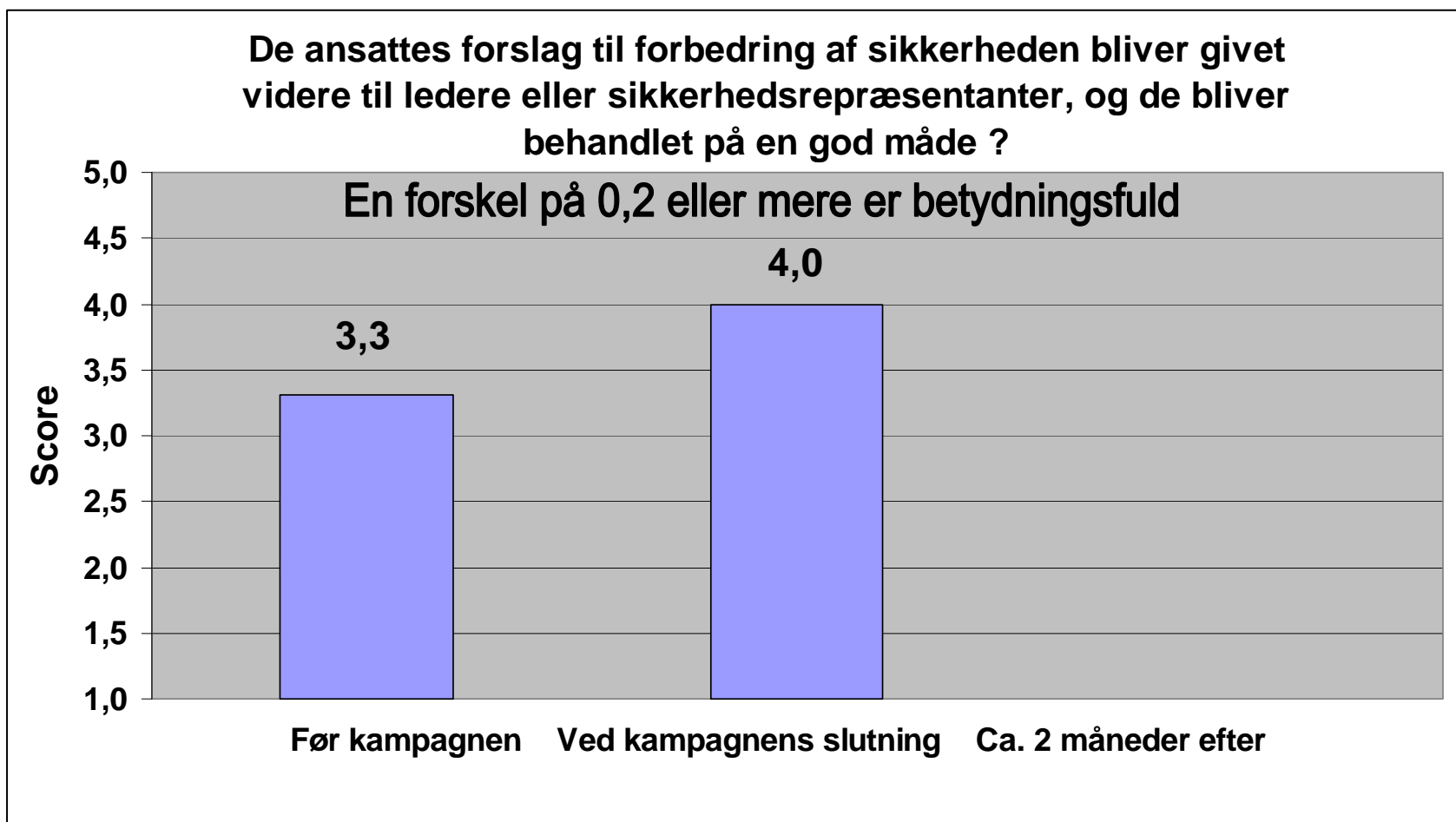
## Spørgeskemaundersøgelsen

**De ansatte taler ofte om sikkerhedsmæssig adfærd og de har en god adfærd ?**



# Mikrokampagne 2

## Spørgeskemaundersøgelsen



# Mikrokampagne 2: Konklusion

---

- 10 indkomne forslag pr. uge (gennemsnit) til bedre sikkerhed
- Medarbejderne taler markant mere om sikkerhedsmæssig adfærd i kampagneperioden
- Medarbejdernes sikkerhedsmæssige adfærd er ændret markant i kampagneperioden
- Medarbejderne videregiver væsentlig flere idéer og forslag i kampagneperioden
- Medarbejderne opfatter at deres idéer og forslag bliver behandlet på en bedre måde i kampagneperioden

## 4. Skal vi bruge belønninger i arbejdsmiljøarbejde ?

---

- Vi plejer ikke at belønne medarbejdere for at fremme sikkerheden på deres arbejdsplads. Hvorfor give et særligt incitament til at vise den fælles sikkerhed opmærksomhed ?
- I mikrokampagne 2 kunne medarbejdere, der kom med gode forslag – og fik opbakning til forslaget fra to kolleger - vinde en biograftur for hele familien.
- Muligheden for at få en belønning intensiverede interessen for projektet.

# Forudsætninger for succes

---

- Der skal være ledelsesmæssig opbakning
- Det starter hos mejerichefen
- Hele linieledelsen skal være gearret til projektet (mellemedere) - kampagne 1
- Åben kommunikation
- Der skal frigives ressourcer til SiR - på den rigtige måde !!!



# Afrunding

---

Jan:

- Sikkerhed og adfærd er blevet en mere naturlig del af dagligdagen
- Kampagnen smitter af på øvrige afdelinger – "må vi være med?"

Henrik:

- God arbejdsmetode
- Medarbejderinddragelse er vejen til succes
- Selvvalgt projekt
  - Omstrukturering af sikkerhedsorganisationen
  - Seminar for sikkerhedsudvalget og sikkerhedsorganisationen om roller, opgaver og arbejdsmetoder