



De boodschap overbrengen Campagnes over veiligheid en gezondheid op het werk in de wegvervoersector

Dit informatieblad bevat enkele conclusies uit een verslag met voorbeelden van campagnes en initiatieven ter verbetering van de veiligheid en gezondheid op het werk in de wegvervoersector⁽¹⁾.

Alleen door middel van effectieve communicatie kan ervoor worden gezorgd dat chauffeurs en werkgevers zich ten volle bewust zijn van de gevaren die met het wegvervoer zijn verbonden en dat zij een goed inzicht krijgen in hoe de veiligheid kan worden verbeterd. Om een aantal redenen vormt de verspreiding van informatie binnen de wegvervoersector echter een bijzondere uitdaging. De meeste ondernemingen zijn kleine ondernemingen van minder dan tien werknemers en veel chauffeurs zijn zelfstandigen. De chauffeurs hebben vaak geen vaste basis, en velen hebben ruime ervaring en zijn gewend aan de onafhankelijkheid die ze hebben in hun werk.

Samen met het prestatiegerichte karakter van de wegvervoersector kan deze onafhankelijkheid er ook voor zorgen dat chauffeurs en hun werkgevers afkerig staan tegenover het invoeren van nieuwe manieren van werken. Chauffeurs zijn geneigd het meest te vertrouwen op hun eigen ervaring en accepteren niet graag arbo(welzijns)-advies van organen buiten de sector, zelfs niet als ze zich bewust zijn van het belang ervan. Bovendien schijnt er een gebrek aan communicatie over veiligheid en gezondheid op het werk te zijn tussen chauffeurs en hun werkgevers en managers of, in het geval van zelfstandige chauffeurs, de ondernemingen die hen contracteren. Werknemers in het wegvervoer slaan eerder acht op praktische en visuele informatie, als ze deze tenminste relevant vinden.

In de voorbeelden, die in het verslag zijn beschreven, zijn verschillende methoden gehanteerd:

- in vierenvertig gevallen werd een individuele benadering gebruikt, met als doel de kennis of de houding te veranderen. Deze benadering vereist betrekkelijk weinig middelen en kan een rendabele manier zijn om een grote groep te bereiken;
- in twaalf gevallen werd een collectieve benadering gebruikt, met als doel veranderingen in de structuur en/of de cultuur te realiseren. Deze benadering had vaak een substantiële verbetering van de veiligheid en gezondheid op het werk tot gevolg;
- in vier gevallen werd een gecombineerde benadering gebruikt, met als doel zowel de kennis als de houding te veranderen en tegelijkertijd te proberen verandering in de structuur en de cultuur te brengen. Deze benadering vereist meer middelen, maar wordt als de meest effectieve beschouwd.



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Met toestemming van de affichewedstrijd voor veiligheid op het werk, georganiseerd door het Central Institute for Labour Protection — National Research Institute, Polen

Uit de voorbeelden kunnen allerlei succesfactoren en suggesties worden afgeleid, die kunnen worden onderverdeeld in een aantal met elkaar verband houdende hoofdthema's:

- gebruik van een praktische benadering die is gebaseerd op feitelijke gegevens en risicomanagement;
- speciale aandacht voor het bereiken van de doelgroep;
- betrokkenheid en partnerschap;
- afstemming van acties op de doelgroep;
- gebruik van diverse maatregelen en media.

De eigenschappen van bovengenoemde chauffeurs, zoals hun deskundigheid en onafhankelijkheid, hebben allerlei gevolgen voor de communicatie, zoals:

- plaatsen gebruiken waar ze regelmatig komen, bijvoorbeeld chauffeurscafés langs hoofdwegen, enzovoort;
- ervoor zorgen dat benaderingen praktisch zijn maar niet paternalistisch;
- ervoor zorgen dat adviezen en oplossingen zijn gebaseerd op de praktijkervaring van chauffeurs, waarbij zij als pleitbezorgers worden ingezet;
- chauffeurs nauw bij oplossingen betrekken — oplossingen moeten door chauffeurs vóór chauffeurs worden ontwikkeld (met behulp van participatieve methoden), zodat hun ervaring nadrukkelijk wordt meegenomen en eventuele veranderingen gemakkelijker worden geaccepteerd.

In het verslag wordt gesuggereerd dat betrokkenheid en partnerschap niet beperkt mogen blijven tot de chauffeurs. De activiteiten moeten wellicht ook worden gericht op werkgevers, managers, transporteurs, laadpersoneel, en ontvangers en verzenders van goederen. Bij partnerschappen kunnen ook arbo(welzijns)-organisaties, belanghebbenden in de wegvervoersector, inclusief sociale partners, en organisaties op het gebied van verkeersveiligheid worden betrokken. Sommige activiteiten zouden algemeen op de gezinnen van chauffeurs en het grote publiek kunnen worden gericht.

(1) Delivering the message — Programmes, initiatives and opportunities to reach drivers and SMEs in the road transport sector.

Hieronder worden enkele interessante benaderingen en innovatieve aspecten uit het verslag weergegeven:

- een holistische benadering ten opzichte van interventies, geconcentreerd op het voorkomen en beheersen van risico's op de werkplek en op de weg;
- de integratie van verscheidene partners van buiten de wegvervoersector die de bevordering van de veiligheid en gezondheid van chauffeurs kunnen ondersteunen;
- evenementen die niet uitsluitend op de chauffeurs zijn gericht, maar meer in het algemeen op hun gezinnen. Door de deelname van het gezin van de chauffeur en zijn ruimere omgeving kunnen bredere belangstelling en deelname aan het programma worden bevorderd;
- het gebruik van interessante en unieke oefeningen en beeldmateriaal op evenementen om de deelname en belangstelling van chauffeurs te vergroten;
- focus op toeleveringsketens om informatie effectiever te verspreiden;
- bevordering van de uitwisseling en verspreiding van ervaringen, bijvoorbeeld via netwerken en de toekenning van prijzen voor goede praktijken;
- gebruikmaking van plaatsen waar chauffeurs regelmatig komen, zoals parkeerplaatsen bij chauffeurscafés, enzovoort;
- kiezen voor benaderingen die praktisch zijn maar niet paternalistisch;
- adviezen en oplossingen bieden die op de praktijkervaring van chauffeurs zijn gebaseerd en relevant zijn;
- inzetten van chauffeurs als pleitbezorgers om informatie over goede praktijken aan andere chauffeurs over te brengen;
- betrokkenheid van opdrachtgevers en klanten vergroten;
- een-op-eencontact met chauffeurs bij chauffeurscafés. Dit is betrekkelijk duur en alleen geschikt voor een beperkte doelgroep, maar het is één van de beste manieren om de betrokkenheid van chauffeurs te vergroten;
- praktische en concrete voorstellen aanreiken — diensten als een gezondheidscheck of rijexamen, of een gratis risicobeoordeling;
- chauffeurscafés waar gezond eten wordt geserveerd en informatie wordt verstrekt;
- een programma voor **Maatschappelijk verantwoord ondernemen** (mvo), waartoe werkgevers zich verbinden;
- verstrekken van informatie in verschillende talen als de doelgroep ook uit buitenlandse werknemers bestaat.

Conclusies

Geen enkele methode voor het verspreiden van informatie is hét wondermiddel voor alle uitdagingen in de wegvervoersector. Elke specifieke methode heeft haar eigen bijzondere waarde. Welke manier van communiceren het meest geschikt is, hangt af van het soort informatie en de complexiteit van de informatie die moet worden verspreid, de doelgroep en de omvang van de campagne. Waarschijnlijk is een combinatie van methoden het meest doeltreffend voor het bereiken van chauffeurs en hun werkgevers of opdrachtgevers. Door het inzetten van specifieke communicatiemethoden in de verschillende fasen van een campagne kan zoveel mogelijk publiciteit worden behaald.

Met name voor kleine en middelgrote ondernemingen zijn interventies waarbij er rechtstreeks contact is met de werkgever en de chauffeurs, vooral bij het aanbieden van een dienst of hulpmiddel, waarschijnlijk het meest doeltreffend. Een-op-eencontact met chauffeurs wordt, hoewel dat

betrekkelijk duur is en alleen een beperkte doelgroep bereikt, beschouwd als de beste manier om de betrokkenheid van chauffeurs te vergroten.

Het blijkt nuttig om binnen de sector en bij de sociale partners netwerken voor kennisoverdracht te ontwikkelen om de verspreiding van informatie, hulpmiddelen en goede praktijken binnen de sector te bevorderen. Hierbij moet er sprake zijn van samenwerking tussen overheid, vertegenwoordigende organisaties en het bedrijfsleven.

Zeker is dat praktische benaderingen nodig zijn waarbij rekening wordt gehouden met de realiteiten van de sector en de ervaringen van werkgevers en chauffeurs. In dit opzicht zou het goed zijn als er meer oplossingen zouden komen die gericht zijn op attitudeverandering bij de werkgevers ten aanzien van veiligheid en gezondheid.

Ter verbetering van de campagnes in deze sector is er behoefte aan:

- effectieve partnerschappen tussen degenen die ijveren voor verkeersveiligheid, degenen die ijveren voor veiligheid en gezondheid op het werk en belanghebbenden uit de sector;
- constante uitwisseling en verspreiding van ervaringen; en
- nader onderzoek om de problemen en succesfactoren bij de bevordering van veiligheid en gezondheid op het werk onder werkgevers en chauffeurs te bestuderen.



© Met toestemming van Doc Stop

Bij de Nederlandse campagne „Word geen slaaprijder” werd gebruikgemaakt van uiteenlopende strategieën. Eerst werden roadshows gehouden en werden de media ingeschakeld om de aandacht van de chauffeurs te trekken, vervolgens werden gezondheids- en conditietests afgenomen om het besef bij de chauffeurs van het belang van de campagne te vergroten. Individuele chauffeurs werden uitgenodigd voor fitnesssessies, waarbij ze ondersteuning en informatie kregen voor een gezonde levensstijl.

Waar kunt u het verslag vinden?

Het volledige verslag is beschikbaar in het Engels op:

<http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>,
waar het gratis kan worden gedownload.

Dit informatieblad is beschikbaar in alle officiële talen van de Europese Unie op:

<http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets/>

Europees Agentschap voor veiligheid en gezondheid op het werk

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, SPANJE
Tel. +34 944794360, fax +34 944794383
E-mail: information@osha.europa.eu

© Europees Agentschap voor veiligheid en gezondheid op het werk. Overneming met bronvermelding is toegestaan. Printed in Belgium, 2011

