

GRAFISK BAR

MAGASINET OM ARBEJDSMILJØ I DEN GRAFISKE BRANCHE

29. NUMMER · MARTS 2013

GO'NAT OG LEV GODT!

LÆS OM GRAFISK BARS NYE PLAKAT PÅ MIDTERSIDERNE.

DEN GODE FORANDRING

MED GOD KOMMUNIKATION, MEDARBEJDERSTØTTE OG INDDRAGELSE AF MEDARBEJDERNE.

NYT GRAFISK CSR-KODEKS

KAN STYRKE FORRETNINGEN.

HUSK AT TAGE
MIDTERSIDERNE
UD!

Medlemmer
i Grafisk BAR:

Grafisk Arbejdsgiverforening Danske Mediers Arbejdsgiverforening Emballageindustrien
HK/Privat 3F - Fagligt Fælles Forbund Dansk EL-Forbund Dansk Journalistforbund



Indhold:

- 3 Synspunkt**
Det nye CSR-kodeks til den grafiske branche sender et signal om, at den grafiske branche tager virksomhedernes samfundsansvar alvorligt. Læs afdelingschef i Grafisk Arbejdsgiverforening Carsten Bøgs synspunkt.
- 4 Fokus på forandringer og inklusion**
Danske virksomheder skal klædes på til at kunne tackle forandringer samt inklusion af personer med nedsat arbejdsevne. Læs hvad aftaleparterne er blevet enige om.
- 6 Den gode forandring**
Erfaringer fra et EU-projektet PSYRES viser, at god kommunikation, medarbejderstøtte og inddragelse af medarbejdere er afgørende for at skabe en god forandringsproces.
- 9 Ledelsen skal ønske åbenhed**
Jyske Medier valgte en dialogbaseret trivselsundersøgelse som en udvidelse af deres lovpligtige APV. Hør hvordan de gennemførte den.
- 11 Go'nat og lev godt...**
Grafisk BAR står bag en ny plakat, der via QR-koder giver gode råd til dig, der arbejder om natten. Midtersiderne forklarer, hvad der er at finde bag hver af de 12 QR-koder.
- 15 Vælg dit redskab med omhu**
Det er populært at foretage trivselsundersøgelser, og der findes mange forskellige måder at gøre det på. Professor, Dr. Med. Tage Søndergård Kristensen, fortæller her, hvordan man får brugbare resultater.
- 17 Få has på ulykkerne**
For at komme ulykker til livs bør man ifølge seniorforsker Johnny Dyreborg arbejde på at gøre noget, populært sagt, både "mellem hovederne" og "mellem ørerne i hovedet" på dem, der færdes på arbejdspladsen.
- 20 Grafisk CSR-kodeks kan styrke forretningen**
Grafisk Arbejdsgiverforening og HK/Privat står bag et nyt grafisk CSR-kodeks, som omfatter både miljøforhold, arbejdsmiljø og menneskerettigheder. Hør også hvad medlemmerne siger om det nye kodeks.

GRAFISK BAR
NYHEDSBREV

På forsiden af www.grafiskbar.dk kan man tilmelde sig Grafisk BARs nyhedsbrev og få nyheder om nye publikationer og nye aktiviteter fra Grafisk BAR direkte i din mailboks.

GRAFISK BAR

Udgiver: Grafisk BAR
Studivestgade 3, 3. sal
1455 København K
Telefon: 3393 1255
Email: grafiskbar@grafiskbar.dk
www.grafiskbar.dk

Redaktion: Grafisk BARS
Informationsudvalg, ansvh. redaktør
Michael Bøgelund Andersen

Redaktør: Tine Vorting,
MAX Kommunikation

Journalister: Tine Vorting, Pia Olsen
og Mogens Nies

Layout: www.monibrix.com

Fotos: Thomas Busk, Privatfotos

Tryk: Kailow

Oplag: 6.000

Udgivelse: Nr. 29, 2013

Udgives 4 gange årligt

ISSN: 1901-1334 Papir

ISSN: 1901-1342 Online

Kontakt til redaktionen:

tine@grafiskbar.dk eller

Telefon: 2078 2895

Forsidefoto: Thomas Busk

Medlemmer i Grafisk BAR:

Grafisk Arbejdsgiverforening
www.ga.dk

Danske Mediers Arbejdsgiverforening
www.mediearbejdsgiverne.dk

Emballageindustrien
www.emballageindustrien.dk

HK/Privat
www.hk.dk/privat

3F – Fagligt Fælles Forbund
www.3f.dk

Dansk EL-Forbund
www.def.dk

Dansk Journalistforbund
www.journalistforbundet.dk

Kontakt:

Fællessekretariatet Grafisk Bar
Studivestgade 3, 3. sal
1455 København K
Telefon: 33 93 12 55
Email: grafiskbar@grafiskbar.dk

SYNSPUNKT

FØRSTE CSR-KODEKS TIL DEN GRAFISKE BRANCHE

For første gang er en arbejdsgiverorganisation og et fagforbund gået sammen om at udvikle et CSR-kodeks, og netop det er vigtigt, da det sender et signal om, at den danske grafiske branche tager virksomhedernes samfundsansvar seriøst.

Men har branchen ikke gjort det i mange år, og findes der ikke striber af vejledninger, en ret omfattende dansk arbejdsmiljølov og aftaler om arbejdstagerrettigheder i øvrigt på det danske arbejdsmarked? Svaret er et stort og rungende JA, og enhver der har fulgt bare lidt med i branchens udvikling ved, at danske grafiske virksomheder i dag er langt fremme på blandt andet arbejdsmiljøområdet. Men hvorfor så sammenfatte dette materiale i endnu et dokument og kalde det et kodeks? En af de væsentligste årsager er et ønske om at støtte og opmuntre branchens virksomheder i deres markedsføring af blandt andet et godt arbejdsmiljø som en væsentlig del af den grafiske serviceydelses samlede kvalitet. Og det er der brug for i et i globalt og stærkt presset marked, hvor kunder på den ene side efterspørger stadig lavere priser, samtidig med at de ofte markedsfører sig med et eget højt CSR-niveau. Det nye CSR-kodeks er derfor også tænkt som guide til de kunder, der vitterligt ønsker at sætte handling bag deres "grønne" markedsføring når de køber grafiske serviceydelser.

Når det nye CSR-kodeks læses, springer det måske i øjnene, at det skulle være nødvendigt for en dansk virksomhed at forholde sig markedsføringsmæssigt til arbejdsmiljø, sociale forhold og arbejdstagerrettigheder. Men den høje standard som vi ser i Danmark, findes langt fra i andre lande, og netop derfor kan disse forhold skabe nogle ekstra fordele i den i globale konkurrence om grafiske serviceydelser.

I sidste ende handler det dog om sammenhængen mellem det, som kunderne siger

og gør på CSR-området. Men her er der ved at komme skred i tingene, ikke mindst på grund af internettet og de mange sociale netværk. De sociale netværk er mere end noget tidligere kommunikationsmiddel i stand til at udbrede informationer om virksomheder adfærd og fastholde en debat, der så at sige forlænger den "offentlige hukommelse" over en lang periode. Dette har reelt ændret de risikovurderinger, som virksomhederne må gøre sig, når de siger et men gør noget andet på CSR-området.

Det grafiske CSR-kodeks er sendt ud til en lang række af virksomheder, og de opfordres til at stille større krav til deres grafiske leverandører. En række grafiske virksomheder har allerede taget det nye kodeks til sig, og det kan du læse mere om i dette nummer af magasinet.

Carsten Bøg
Afdelingschef
Grafisk Arbejdsgiverforening.

Synspunkt har til formål at skabe opmærksomhed og debat om aktuelle og særlige arbejdsmiljøemner. Synspunkt skrives på skift af parterne i Grafisk BAR og er altid udtryk for forfatterens egen holdning.



FOKUS PÅ FORANDRINGER OG RUMMELIGHED

Antallet af psykisk overbelastede skal reduceres med 20 procent inden 2020. Samtidig skal flere med nedsat arbejdsevne ud på arbejdsmarkedet. Et udvalg har set på, hvilke tiltag der skal til for at nå ovenstående mål, som er en del af 2020-planen.

Af Tine Vorting
Foto: Istock

De danske arbejdspladser skal klædes på til at kunne tackle de udfordringer, der kommer med gentagne forandringer samt inklusion af personer med nedsat arbejdsevne. Det er nødvendigt, hvis målet om 20 procent færre med psykiske belastninger skal nås inden 2020. Et udvalg, bestående af repræsentanter fra arbejdsgivere og arbejdstagere har derfor igennem længere tid arbejdet på at formulere gode råd og anbefalinger i pjecer, der sendes ud til arbejdspladser samt står bag idékataloger, som branchearbejdsmiljørådene kan benytte til at iværksætte kampagner på det psykiske område.

Forandringer et grundvilkår

Forandringer er blevet et grundvilkår, arbejdspladserne skal forholde sig til. Omstruktureringer, ændringer i driften eller flytning til nye lokaler for bare at nævne nogle af de ændringer, medarbejderne risikerer at komme ud for på arbejdspladsen. Forandringer kan både have positive og negative konsekvenser, men det er vigtigt, at virksomheden sikrer, at

forandringer gennemføres og håndteres på en god måde, så det psykiske arbejdsmiljø ikke lider overlast. Et udvalg bestående af repræsentanter fra arbejdsgivere og arbejdstagere har formuleret en række råd og anbefalinger til, hvordan arbejdspladserne kan gennemføre gode forandringsprocesser, samtidig med at man sikrer et godt psykisk arbejdsmiljø.

Udvalgsarbejdet har taget udgangspunkt i den seneste arbejdsmiljøforskning på området - PSYRES projektet, der viser, at ved at tænke det psykiske arbejdsmiljø ind i planlægningen, gennemførelsen og forankringen af forandringerne, skaber man de bedste betingelser for et godt psykisk arbejdsmiljø under og efter forandringerne. Såfremt de rette forudsætninger er til stede, kan forandringer også medføre øget trivsel.

På baggrund af PSYRES' resultater er udvalget i gang med at udarbejde en pjece til arbejdspladserne med anbefalinger om det psykiske arbejdsmiljø i forbindelse med forandringer. Og her vil anbe-

falinger især have fokus på de tre vigtige faktorer tovejs kommunikation, involvering af medarbejderne og støtte til medarbejdere og ledere.

Nedsat arbejdsevne og psykisk arbejdsmiljø

I forlængelse heraf forventes det, at flere arbejdspladser vil arbejde med at inkludere personer med nedsat arbejdsevne. Det er derfor vigtigt, at arbejdspladserne er klædt på til at arbejde med at sikre det psykiske arbejdsmiljø i forbindelse med, at virksomhederne skal inkludere mennesker med nedsat arbejdsevne. Her er det vigtigt at have fokus på, hvordan det påvirker det psykiske arbejdsmiljø både for medarbejderen med nedsat arbejdsevne og for de øvrige medarbejdere på arbejdspladsen. Undersøgelser viser, at chancen for at komme i arbejde eller forblive i arbejde forøges væsentligt, hvis der tages hensyn til den nedsatte arbejdsevne.

Nye krav og udfordringer

Man skal passe på med ikke at glemme de andre medarbejdere i arbejdet med inklusion. Blandt andet kan de få nye arbejdsopgaver, når de skal samarbejde med kollegaer med nedsat arbejdsevne. Det er vigtigt, at arbejdspladsen finder en balance mellem hensyn til medarbejderen med nedsat arbejdsevne og de øvrige medarbejdere og således sikrer, at der er et godt psykisk arbejdsmiljø for alle på arbejdspladsen.

Dette er aftaleparterne enige om

Aftaleparterne er enige om, at der er mange udfordringer inden for det psykiske arbejdsmiljø. Nedslidningen som følge af et dårligt psykisk arbejdsmiljø er et væsentligt tema for både samfund, virksomheder og for den enkelte, som rammes. Psykisk nedslidning skal forebygges, fordi den har menneskelige omkostninger. Men derudover kan det også rent økonomisk betale sig for virksomhederne at have et godt psykisk arbejdsmiljø – det kan give øget produktivitet, øget effektivitet og nedsættelse af sygefraværet blandt det ansatte.

Det vil man gøre i Grafisk BAR

"Grafisk BAR vil i 2013 - videre i 2014 - iværksætte en indsats overfor branchens ledere og medarbejdere om håndtering af psykisk arbejdsmiljø i forbindelse med forandringer. Det er aftalt at anbefalingerne fra parternes drøftelser af initiativ 5 inddrages i arbejdet. Arbejdet vil blive sat i gang snarest," siger Michael Bøgelund Andersen, Danske Mediers Arbejdsgiverforening.

Virksomheder skal klædes på til at kunne tackle udfordringer med forandringer og inklusion.

DEN GODE FORANDRING

God kommunikation, medarbejderstøtte og inddragelse af medarbejdere er afgørende for at skabe en god forandringsproces. Det viser erfaringer fra EU-projektet PSYRES.

Af Tine Vorting
Foto: Istock

Når krisen kradser, er virksomheder ofte nødsaget til at gennemføre forandringer. Og hvordan sikrer man en god forandringsproces, hvor medarbejderne trives, når eksempelvis afdelingen lukker, virksomheden fusionerer,

aktiviteter flytter til udlandet, ledelsen indfører LEAN eller halvdelen af medarbejderstaben skæres bort? Det gav professor Karina M. Nielsen fra Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø et bud på i oplægget "Det Psykosociale

arbejdsmiljø i en krisetid" på arbejdsmiljøkonferencen i Nyborg i november, hvor hun præsenterede erfaringer fra EU-projektet PSYRES. I projektet har Karina M. Nielsen sammen med kolleger fra Holland, Finland og Polen un-

dersøgt, hvilke processer der derfor skal til for at skabe en god forandring, og her især for de tilbageblevne medarbejdere. Det er især på området psykisk helbred og trivsel i forbindelse med omstruktureringer.

"Sådan som krisen kradser, er forandringer en fast bestanddel af de danske virksomheder. Det kommer ikke til at forsvinde. Vi skal derfor hellere se på, hvordan man kan skabe en god forandringsproces," sagde Karina M. Nielsen og forklarede, at det er vigtigt at have øje for de medarbejdere, der er tilbage i virksomheden efter en fyringsperiode.

Fokus på de tilbageblevne

"Det er en traditionel forståelse, at dem der er tilbage i virksomheden, er "survivors" – overlevende. Men efterhånden viser en del forskning, at det ikke er tilfældet. De tilbageblevne kan være mindst eller tilsvarende lige så hårdt

ramt, hvis man fortsat er i virksomheden, efter at den er blevet omstruktureret," sagde Karina M. Nielsen, som fortalte om nogle af de negative konsekvenser, nedskæringer kunne have for de tilbageblevne medarbejdere.

Blandt andet rapporterede nogle af medarbejderne om skyldfølelse. "Hvorfor er det mig, der må blive?" I disse virksomheder manglede der information om, hvilke kriterier der skulle til for, at man var en dem, der beholdt jobbet. Et andet område er selve atmosfæren i virksomheden. For nogle af medarbejderne havde mistet deres sociale netværk. Kolleger, de havde arbejdet med i 20-30 år, skulle ud og finde nogle nye at samarbejde med.

"Vi så også, at hvis kriterierne for afskedigelserne ikke var klare, konkurrerede medarbejderne med hinanden i processen," pointerede Karina M. Nielsen.

Tre centrale initiativer

På baggrund af eksisterende undersøgelser og interviews i de fire lande, fandt projektgruppen frem til tre centrale elementer, der kan skabe en god forandringsproces og trivsel i virksomheden trods omstruktureringer. Det er god kommunikation, medarbejderstøtte og inddragelse af medarbejderne.

Projektgruppen har derefter ud fra deres undersøgelser udviklet en værktøjskasse med gode råd til, hvordan man kan gennemføre initiativerne på henholdsvis individ-, gruppe-, leder- og organisationsniveau.

Karina M. Nielsen forklarede, at vi alle har et ansvar for at få forandringen til at fungere. Det kan vi gøre ved at opsøge information, om fx hvad forandring betyder for mig, hvad jeg selv kan gøre, hvad har jeg behov for, så jeg kan føle mig tryk i denne situation, hvem jeg skal tale med. ►

APV ved større forandringer

Virksomheden har pligt til at gennemføre APV, når der sker væsentlige ændringer i virksomhedens drift. Fx nye lokaler, mange nye medarbejdere. I stk. 4 i Arbejdsmiljøloven står der, at "En arbejdspladsvurdering skal ajourføres, når der sker ændringer i arbejdet, arbejdsmetoder og arbejdsprocesser m.v., som har betydning for virksomhedens arbejdsmiljø, dog senest hvert tredje år."

Find inspiration i Grafisk BARs værktøj Grafisk BAR APV, som er en hjælp til virksomheder i deres APV-arbejde. Værktøjet består af en række vejledninger, der er målrettet grafiske virksomheder og arbejdsområderne kontor, press, trykning og færdiggørelse.

Se mere på <http://apv.grafiskbar.dk/default.aspx> hvor man også kan oprette sig som bruger og registrere arbejdsmiljøforhold samt udarbejde handlingsplan.

"Man skal være med til at diskutere fremtiden i stedet for at hænge i fortiden. I stedet skal man være opmærksom på egne udviklingsområder. Hvilke kompetencer er der brug for, så jeg kan udføre mit arbejde. Samt identificere, hvilken støtte man har brug for, og hvor man kan få den," forklarede Karina M. Nielsen.

Kommunikationsplan

I undersøgelsen fandt projektgruppen frem til, at flere virksomheder havde formuleret en kommunikationsplan på gruppeniveau. I planen kunne der fx stå, hvilken type information der var behov for, fra hvem og hvornår. Ud over kommunikationsplanen var det også vigtigt at diskutere, hvilke behov gruppen har fremover.

"Vi så også, at gruppen nogle steder havde valgt at lave spilleregler for, hvordan man håndterer omstruktureringer. Og netop for at undgå den negative atmosfære aftalte man fx, at man kunne diskutere forandringer under den første kaffepause og så lade det ligge resten af dagen, så det ikke fyldte. Så kunne man fokusere på det daglige arbejde resten af dagen," sagde Karina M. Nielsen.

Det er ifølge Karina M. Nielsen også vigtigt at give feedback til ledelsen om, hvordan det fungerer, efter forandringerne er implementeret, om der fx er nogle ting, der skal tages hånd om, især det med fordelingen af arbejdsbyrden.

Involvare medarbejderne

Mellemlederens ansvar er derimod at holde fokus på den daglige ledelse og se på, hvad der skal til for at få løst de opgaver, der ligger.

"De skal involvere medarbejderne i de beslutninger, der tages, når det er muligt. Det nytter ikke at lukke døren, for ledelsen skal være tilstede, så medarbejderne kan stille de spørgsmål, der er behov for," sagde Karina M. Nielsen og pointerede, at ledelsen skal være opmærksom på kommunikationen og rygtedannelsen og diskutere fremtiden med den enkelte, så disse kan se, hvordan de hører ind.

Endelig er der på organisationsniveau behov for en klar og fleksibel kommunikationsplan.

"På organisationsniveau er det vigtigt at anerkende, at folk bliver ramt på følelserne. Det er ikke kun at kommunikere

om, hvorfor dette er vigtigt. Det er også at sige, at vi ved godt, at det er en svær situation, I er i," sagde Karina M. Nielsen.

Det er også vigtigt, at kommunikationen er fleksibel, så den kan tilpasses alt efter de behov, der opstår hen af vejen, forklarede hun.

Støtte til medarbejdere og tillidsvalgte

På organisationsniveau er det også at sørge for støtte til medarbejderne og især også til arbejdsmiljø- og tillidsrepræsentanter. Hvis sidstnævnte ikke er vant til at gennemgå forandringer, har de højst sandsynligt brug for at få yderligere kompetencer og træning i, hvordan de kan støtte op om medarbejderne og processen.

"Det er også at yde støtte til mellemlederne. Det er ikke sikkert, at de har haft mulighed for at tilegne sig de helt store kompetencer inden for forandringsledelse," lød det fra Karina M. Nielsen.

LEDELSEN SKAL ØNSKE ÅBENHED

Hos Jyske Medier blev vejen frem til synlige forandringer en dialogbaseret APV med indbygget trivselsundersøgelse. Processen var ny for alle, og emnet arbejdsmiljø fik ny interesse.

Af Pia Olsen
Fotos: Privat

På Jyske Medier havde arbejdsmiljøudvalget blandede erfaringer med den traditionelle APV. Derfor besluttede de sig for at prøve en ny metode, hvor de indbyggede en trivselsundersøgelse med udgangspunkt i APV for at få den mere dialogbaseret.

"Vi synes, at effekten af den traditionelle APV var for lille. Og da vi samtidig stod i en situation, hvor Vejle Amts Folkeblad og Horsens Folkeblad skulle fusioneres, tænkte vi, at tidspunktet for en trivselsundersøgelse var helt rigtig. Vi håbede også, at den dialogbaserede APV kunne blive et fællesprojekt for de to medarbejdergrupper, som på den måde kunne blive rystet sammen," forklarer formanden for Arbejdsmiljøudvalget Morten Christensen.

Medarbejderne blev involverede

På Jyske Medier er de 250 medarbejdere fordelt på 16 forskellige lokationer. Det gjorde arbejdet med trivselsundersøgelsen til en organisatorisk krævendende opgave.

"Det tog tid, men til gengæld blev folk meget involverede i processen. Trivsel og arbejdsmiljø blev pludselig et emne, som folk snakkede om. Det var meget positivt og helt i overensstemmelse med vores ambition om at nå videre med ar-

bejdet end til at få udført den lovpligtige APV," forklarer Morten Christensen.

Grafiker og arbejdsmiljørepræsentant Line Neve Rosenberg oplevede også en stor forskel i medarbejdernes engagement i forhold til den traditionelle APV.

"Medarbejderne ville gerne tale om arbejdsmiljøet og engagerede sig i emnet. Med den traditionelle APV hvor man skal udfylde et spørgeskema, plejer man nærmest at skulle tvinge folk til at udfylde det," fortæller hun.

Dialogmøderne

Der blev afholdt dialogmøder i alle dele af virksomheden. Til dialogmøderne kom 5-15 medarbejdere og en chef, der var ordstyrer. På dagsordenen var der emner som ergonomi, støj, indeklima, trivsel og sygefravær.

"Ideen var, at medarbejderne her kunne fortælle om de forskellige udfordringer og problemer, de oplevede. I fællesskab kunne medarbejdere og leder så finde løsninger," forklarer Morten Christensen.

Uddannet til opgaven

Ledelse og arbejdsmiljørepræsentanter blev uddannet til opgaven, inden de gik igang.

"Vi afholdt en uddannelsesdag for lederne, hvor de blev "klædt på til opgaven" som ordstyrere i gruppen. Og det viste sig, at mange af lederne fik fornyet interesse for emnet om arbejdsmiljø og trivsel. Pludselig fik de konkrete værktøjer til at arbejde med emnet, og det motiverede," forklarer Morten Christensen. Der blev også afholdt en uddannelsesdag for arbejdsmiljørepræsentanterne.

"Arbejdsmiljørepræsentanternes vigtigste opgave ved møderne var dels at sikre, at alle emner blev behandlet grundigt, dels at de skulle få en fornemmelse af, om medarbejderne nu også fik sagt det, de havde på hjertet," siger Morten Christensen.

Man siger ikke alt til chefen

En af de helt store udfordringer ved den dialogbaserede APV, er at få medarbejderne til at åbne sig for ledelsen.

"Det var selvfølgelig ikke alt, der blev sagt ved møderne. Det er jo en lang proces at skabe tillid, så medarbejderne tør tale frit. Men jeg tror, at det bliver lidt bedre for hver gang," siger Line Neve Rosenberg.

Ledelsen skal klart signalere, at de ønsker en åben dialog.

Om PSYRES

PSYRES-projektet står for Psykisk helbred og trivsel i forbindelse med omstruktureringer: konsekvenser og mekanismer. Forskere fra fire forskningsinstitutioner i henholdsvis Danmark, Finland, Holland og Polen deltog i projektet. Den indsamlede viden stammer fra fire workshops, som blev afholdt i de fire deltagende lande. Deltagerne var medarbejdere, ledere og HR-personale i offentlige og private virksomheder, som videregav egne erfaringer med omstruktureringer.

Hovedkonklusionerne er inden for god kommunikation, medarbejderinddragelse og medarbejderstøtte følgende:

Den gode kommunikation

- Vær gennemskuelig, åben og ærlig.
- Undgå skjulte dagsordener.
- Præsenter aldrig vedtagne beslutninger som forslag, der kan diskuteres.
- Forsøg ikke at gøre fremtiden lysere, end den er.
- Vær konsekvent med at kommunikere på alle niveauer i virksomheden.
- Gentag om nødvendigt informationerne.

Find faktaark om de tre initiativer på <http://www.arbejdsmiljoforskning.dk/da/publikationer/faktaark/>



HUSK AT TAGE
MIDTERSIDERNE
UD!

EN BRIK I EN BRED INDSATS



Morten Christensen
Formand for
Arbejdsmiljøudvalget



Line Neve Rosenberg
Grafiker og
arbejdsmiljørepræsentant

"Især i ældre, men også i yngre medarbejdere sidder det dybt, at man ikke bare fortæller ledelsen, hvad man mener om forholdene på arbejdspladsen. Den barriere skal man over, og her spiller signalet fra ledelsen en stor og vigtig rolle," siger Morten Christensen, der også er meget bevidst om, at det tager tid at få metoden med den dialogbaserede APV til at virke optimalt. Metodens styrker er han til gengæld ikke i tvivl om.

"På dialogmøderne var medarbejderne ret hurtige til sammen at finde løsninger på de aktuelle problemer. Når man sidder så mange mennesker sammen, er det meget nemmere at få gang i en konstruktiv problemknuser proces end, hvis hver medarbejder havde siddet med deres eget lille spørgeskema," siger Morten Christensen.

Kvaliteten af den viden, man indhenter på dialogmøderne er bedre end i spørgeskemaerne.

"Dialogen giver mulighed for at spørge nærmere ind til det enkelte emne. Også når det er følsomme emner, som måske ikke er så enkle at forstå og håndtere. Jeg oplevede at få en langt mere nuanceret viden om, hvordan folk havde det i de enkelte afdelinger," siger Line Neve Rosenberg.

Synlig effekt

Ambitionen om, at undersøgelsens resultater skulle have direkte og synlig effekt, blev også indfriet.

"Dagen efter et dialogmøde blev resultaterne hængt op, så alle medarbejdere kunne se dem. I skemaet stod, problemet, løsningen og ved navns nævnelser, hvem der var ansvarlig for løsningens gennemførelse og deadline. Det var en kæmpe tilfredsstillelse for os alle, for så kunne vi pludselig se, at der skete noget," fortæller Morten Christensen.

De synlige resultater var også med til at fjerne medarbejdernes skepsis overfor undersøgelsesmetoden.

"Selvfølgelig var der skeptiske medarbejdere i starten. Det er jo nyt. Og mange gik da også ind til dialogmøderne med hævede parader. Men mange fortalte også efterfølgende, at de var blevet positivt overraskede over, at der faktisk var blevet lyttet til det, de sagde," fortæller Morten Christensen.

På Jyske Medier er man blevet så glad for den nye måde at lave APV på, hvor den kombineres med en trivselsundersøgelse, at man regner med, at det skal være en årligt tilbagevendende begivenhed.

"Jeg synes, vi har haft et rigtig godt forløb med den dialogbaserede APV. Og jeg er sikker på, at forløbet bliver endnu bedre næste gang. For så ved folk, hvad det handler om, og de kan også se, at der er blevet fulgt op på beslutningerne, så det nytter noget," slutter Line Neve Rosenberg.

APV + trivselsundersøgelse

På Jyske Medier har de valgt at udvide den lovpligtige APV med en trivselsundersøgelse. Trivselsundersøgelsen giver i højere grad mulighed for at spørge ind til det psykiske arbejdsmiljø. Og dialogmøderne har frembragt en langt mere detaljeret viden, end den metode de brugte før, der udelukkende var baseret på spørgeskemaer. Samtidig ønskede Jyske Medier også, at undersøgelsen skulle resultere i konkrete forandringer, og det er indarbejdet i trivselsundersøgelsen, som efterfølges af en handleplan. Jyske Medier har i samarbejde med Danske Mediers Arbejdsgiverforening designet deres egen APV-metode, hvori der indgår en trivselsundersøgelse.

Skiftehold og natarbejde er kommet for at blive, og også den grafiske branche er en branche, hvor mange ansatte arbejder på skæve tidspunkter. Undersøgelser viser, at skiftehold og natarbejde kan have både helbredsmæssige og sociale konsekvenser, primært afledt af forstyrrelser i døgnrytmen.

Det Grafiske Branchearbejdsmiljøråd, Grafisk BAR, retter med denne plakat opmærksomheden mod natarbejde og skiftehold. Plakaten giver via QR-koder information til ansatte og arbejdsgivere om en række temaer. Formålet er at afbøde nogle af de skadelige virkninger, som især arbejde om natten kan give og derved skabe bedre forhold for de mennesker, som må arbejde på skæve tidspunkter. Arbejdsmiljøforholdene er afsættet.

Go'nat og lev godt...

12 Gode råd til dig der arbejder om natten



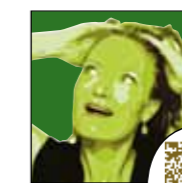
Få mere liv under dynen!



Grafisk BAR mener...



Skab struktur - det betaler sig!



Det gode indeklima!



Hvorfor er du på nattehold?



Spis så du kan klare natten!



Brug din krop!



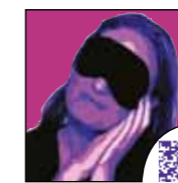
Har du fået vagten?



Tid til APV?



Tjek dit helbred!



Gødnat og sov godt!



Vil du vide mere?

GRAFISK BAR

ARBEJDSMILJØ I DEN GRAFISKE BRANCHE

Download QR-læser fra din smartphone. Se alle klip og tekster på www.grafiskbar.dk/publikationer/natarbejde

Plakaten bringer følgende forhold i spil:

- Motion
- Kost
- Sexliv
- Søvn
- Helbredstjek
- Organisering af arbejdet
- Arbejdspladsvurdering
- Indeklima
- Interview med en natarbejder

Hæng plakaten op et synligt sted og scan QR-koderne med din smartphone, enten iPhone og Android. Har du ikke en smartphone, så gå ind på www.grafiskbar.dk under natarbejde og se alle film og tekster.

Download QR-læser fra din smartphone. Se alle klip og tekster på www.grafiskbar.dk/publikationer/natarbejde



Få mere liv under dynen!

På www.grafiskbar.dk/publikationer/natarbejde kan du se interview med sexolog Joan Ørting, der fortæller, hvordan man finder tid til hinanden, når man arbejder på skiftehold.

Scan QR-koden og se mere.



Grafisk BAR mener

En brik i en bred indsats

Skiftehold og natarbejde er kommet for at blive, og også den grafiske branche er en branche, hvor mange ansatte arbejder på skæve tidspunkter. Undersøgelser viser, at skiftehold og natarbejde kan have både helbredsmæssige og sociale konsekvenser, primært afledt af forstyrrelser i døgnrytmen.

Scan QR-koden og se mere.



Skab struktur – det betaler sig

Struktur og regelmæssighed er vigtigt, når man arbejder om natten. Undersøgelser har nemlig vist, at man hyppigere finder klager over irritabilitet, rastløshed, tristhed, angst og nervøsitet hos medarbejdere med nat- og skifteholdsarbejde.

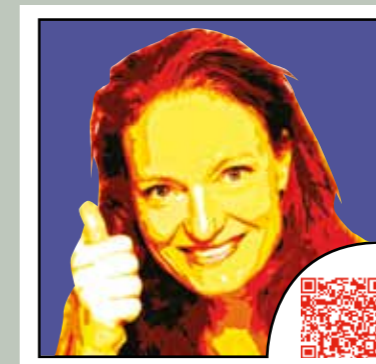
Scan QR-koden og se mere.



Brug din krop

Natarbejde kan stresser både krop og psyke, og derfor er det godt at dyrke motion. For motion kan forbedre søvnkvaliteten, styrke knogler, muskler, led og hjerte. Find den motionsform, du synes er sjov.

Scan QR-koden og se mere.



Har du fået vagten?

Det er en god idé, at arbejdsgiveren og medarbejderen er fælles om planlægningen af arbejdstiden. Dette har vist sig at have en god effekt på, hvordan natarbejde opleves. Desuden giver det bedre søvn, mindre behov for restitution efter arbejdsdag, færre fysiske symptomer og bedre mentalt velbefindende.

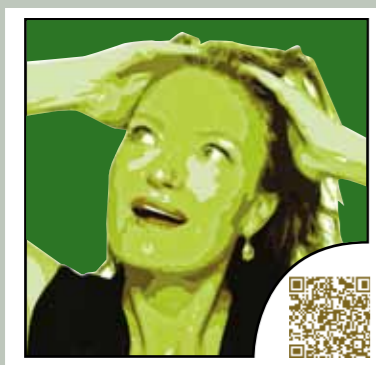
Scan QR-koden og se mere.



Tid til APV

Alle har gavn af et godt arbejdsmiljø - også i forbindelse med nat- og skifteholdsarbejde. Arbejdspladsvurderingen (APV) er et centralt værktøj til at arbejde systematisk med arbejdsmiljøet. Et godt arbejdsmiljø giver bedre psykisk arbejdsmiljø, bedre helbred, bedre effektivitet og bedre økonomi. Det gælder både store og små virksomheder.

Scan QR-koden og se mere.



Det gode indeklima

Indeklima og komfortforhold som lys, luftudskiftning og varme har stor betydning for et godt velbefindende på arbejdspladsen, og det er selvfølgelig også tilfældet om natten. Vær derfor opmærksom på, at forskellige tekniske indstillinger ikke er anderledes om natten. Det kan for eksempel være tilkoblet varmenatsækning, nedsat ventilationsmængde og lysdæmpning.

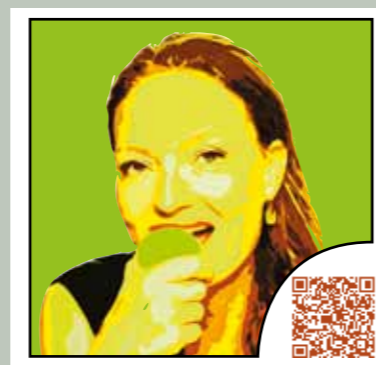
Scan QR-koden og se mere.



Hvorfor er du på nathold?

Det passer godt ind i Kasper Svares familieliv at arbejde som trykker om natten. Men arbejdstiderne kræver regelmæssighed og masser af god søvn. På www.grafiskbar.dk/publikationer/natarbejde kan du i filminterviewet høre, hvordan Kasper Svare klarer natten og dagen.

Scan QR-koden og se mere.



Spis så du kan klare natten!

Sundhedskonsulent Mette-Marie Linding fortæller i filminterview om, hvilken mad der giver energi, når man arbejder på skiftehold, samt hvordan man forbereder en nem suppe.

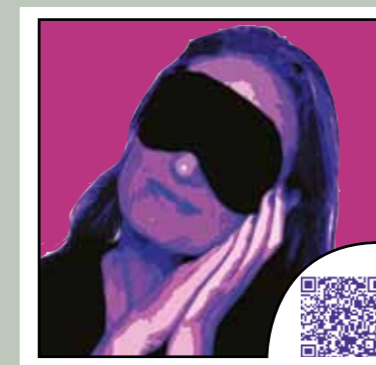
Scan QR-koden og se mere.



Tjek dit helbred!

Arbejder du om natten, skal du tilbydes en gratis helbreds kontrol af din arbejdsgiver. Helbreds kontrollen skal tilbydes, inden du påbegynder dit natarbejde, og herefter skal du have tilbuddet enten hvert 2. eller 3. år afhængigt af, hvilken overenskomst, du er omfattet af.

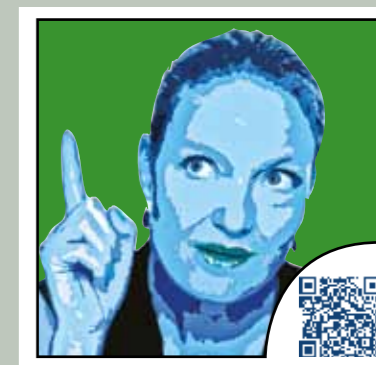
Scan QR-koden og se mere.



Godnat og sov godt!

Nat- og skifteholdsarbejdere oplever, at længden af søvnen samt søvnkvaliteten ændres i de dage - og delvist dagene efter - de har natarbejde. I forhold til medarbejdere på dagarbejde sover nat- og skifteholdsarbejdere ca. to timer mindre i døgnnet, og dette kan påvirke både arbejdet og privatlivet.

Scan QR-koden og se mere.



Vil du vide mere?

Links til en række sites, der er gode at kende til, når man arbejder på skiftehold og natarbejde.

Scan QR-koden og se mere.

Natperiode og natarbejder

Ved natarbejde forstås et tidsrum på mindst 7 timer, som omfatter tidsrummet mellem kl. 00.00 og kl. 05.00.

Medmindre andet er aftalt, er natperioden fra kl. 22.00 til kl. 05.00.

Ved en natarbejder forstås en lønmodtager, der normalt udfører mindst 3 timer af sin daglige arbejdstid i natperioden, eller en lønmodtager, der udfører natarbejde i mindst 300 timer inden for en periode på 12 måneder.

(Bekendtgørelse nr. 248 af 8. maj 2002)

GRAFISK BAR

ARBEJDSMILJØ I DEN GRAFISKE BRANCHE

ORGANISATIONER I GRAFISK BAR:

Danske Mediers Arbejdsgiverforening, www.mediearbejdsgiverne.dk

Dansk Journalistforbund, www.journalistforbundet.dk

EmballageIndustrien, www.emballageindustrien.dk

Grafisk Arbejdsgiverforening, www.ga.dk

HK/Privat, www.hk.dk/privat

Fagligt Fælles Forbund 3F, www.3f.dk,

Dansk EL-Forbund, www.def.dk

Plakaten kan bestilles hos organisationerne i Grafisk BAR

VÆLG DIT REDSKAB MED OMHU

Det er populært at foretage trivselsundersøgelser, og der findes mange forskellige måder at gøre det på. Professor, Dr. Med. Tage Søndergård Kristensen, fortæller her, hvordan man får brugbare resultater.

Af Pia Olsen

Foto: Privat

En god trivselsundersøgelse kan forbedre medarbejdernes hverdag væsentligt. Til gengæld kan en dårlig trivselsundersøgelse spille en masse tid og skabe meget frustration på en arbejdsplads. Derfor er det i følge professor, Dr. Med. Tage Søndergård Kristensen vigtigt at vælge den helt rigtige undersøgelsesmetode med det rette indhold, når man skal iværksætte en trivselsundersøgelse.

"I første omgang skal undersøgelsen være dækkende. Det vil sige, der skal stilles relevante spørgsmål. Og det afhænger jo meget af, hvilken type arbejdsplads det drejer sig om. På et slagteri kan det være væsentligt at spørge ind til tempoet. Men er det et sted, hvor man arbejder med mennesker, er det noget helt andet, der skal spørges ind til," forklarer Tage Søndergård Kristensen.

Relevante spørgsmål er forudsætningen

"Hvis spørgsmålene ikke er relevante, får man ubrugelige svar. Og hvis undersøgelsen ikke er ordentlig sammensat, så ender man ofte med meget uklare svar, der er svære at handle på," forklarer



Professor, Dr. Med. Tage Søndergård Kristensen

12 Gode råd til dig der arbejder om natten

Tage Søndergård Kristensen, som også understreger, at det godt kan betale sig at vælge et grundigt og gennemprøvet undersøgelsesredskab af høj kvalitet. Det er især vigtigt, at produktet har en høj pålidelighed.

Det kan være en kompliceret affære at gennemføre en trivselsundersøgelse, og mange får slet ikke nok ud af alt det hårde arbejde, det kræver at gennemføre den.

”En af de mest almindelige fejl, der begås i forbindelse med trivselsundersøgelser, er at den ikke bliver fulgt op af handling. Hvis medarbejderne oplever, at undersøgelsen ikke har nogen som helst effekt, mister de tilliden til, at den slags undersøgelser gør en forskel. Næste gang vil de så være uengagerede og ikke tage arbejdet med trivselsundersøgelsen alvorlig. De bliver desillusionerede og ligeglade,” siger Tage Søndergård Kristensen.

Og det er ikke nok bare at lave en handleplan.

”En handleplan skal jo også følges op. Det skal jo kontrolleres, at det, der står i handleplanen, også bliver udført, ellers har handleplanen jo heller ingen effekt,” udtaler Tage Søndergård Kristensen.

Signalet skal komme fra ledelsen
Medarbejderne overtager ledelsens indstilling til trivselsundersøgelsen.

”Hvis ledelsen signalerer, at en trivselsundersøgelse, det er altså noget, vi tager alvorligt her på arbejdspladsen, så gør medarbejderne det også,” siger Tage Søndergård Kristensen.

” Hvis ledelsen signalerer, at en trivselsundersøgelse, det er altså noget, vi tager alvorligt her på arbejdspladsen, så gør medarbejderne det også ”

En høj svarprocent er en god indikator for stemningen omkring trivselsundersøgelsen.

”Hvis medarbejderne fornemmer, at undersøgelsen tages alvorligt og har en effekt, så får man også en høj svarprocent. Omvendt kan en lav svarprocent også være en indikator for, at trivselsundersøgelsen mere er et tomt ritual, end en seriøs opgave. Jeg plejer at sige, at man får den svarprocent, man har fortjent,” fortæller Tage Søndergård Kristensen, der mener, at en svarprocent under 75 procent er for dårlig. På arbejdspladser hvor det går godt, er svarprocenten typisk på 80-90 procent.

Sådan skal det være
På sygehusene, hvor de har gennemført trivselsundersøgelser, er der måske 20-25 afdelinger. Og her viste trivselsundersøgelsen klart hvilke afdelinger, der havde problemer. Og den rigtige reaktion på det er naturligvis at placerer sine HR ressourcer i de afdelinger, hvor der er be-

” På sygehusene var der en afdeling, som viste katastrofal dårlig trivsel. Og her skal der altså reageres præcis så hurtigt som, når en patient er i livsfare. Der skal handles hurtigt og resolut, så medarbejderne kan se, at det nytter ”

hov for det,” forklarer Tage Søndergård Kristensen og understreger, at der skal reageres, når undersøgelsen viser dårlig trivsel i en afdeling.

”På sygehusene var der en afdeling, som viste katastrofal dårlig trivsel. Og her skal der altså reageres præcis så hurtigt som, når en patient er i livsfare. Der skal handles hurtigt og resolut, så medarbejderne kan se, at det nytter,” siger Tage Søndergård Kristensen, som også har et

” Når en undersøgelse viser mistrivsel, reagerer nogle ledelser ved at sige: Godt så har I noget at arbejde med. Den besked får medarbejderne intet ud af. Det er alt for ukonkret og resulterer i at intet forandres ”

bud på den værst tænkelige respons på en undersøgelse, der viser mistrivsel:

”Når en undersøgelse viser mistrivsel, reagerer nogle ledelser ved at sige: Godt så har I noget at arbejde med. Den besked får medarbejderne intet ud af. Det er alt for ukonkret og resulterer i at intet forandres,” slutter Tage Søndergård Kristensen.

Tredækkeren – en metode til trivselsundersøgelser

Tredækkeren er navnet på en metode til at foretage trivselsundersøgelser. Tredækkeren består af tre forskellige spørgeskemaer, udarbejdet til tre forskellige målgrupper: et kort spørgeskema til virksomheder, et mellemlangt spørgeskema til arbejdsmiljøprofessionelle og et langt spørgeskema til forskere. Spørgeskemaerne er udviklet i forbindelse med en undersøgelse af 3.517 danske lønmodtageres psykiske arbejdsmiljø i perioden 2004-2005.

Tredækkeren er den eneste videnskabeligt baserede undersøgelsesmetode indenfor trivselsundersøgelser og er udviklet af Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø med Tage Søndergård Kristensen i spidsen. Læs mere om Tredækkeren på: www.arbejdsmiljoforskning.dk

FÅ HAS PÅ ULYKKERNE

Seniorforsker Johnny Dyreborg, Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø, gav på arbejdsmiljøkonferencen i Nyborg sit bud på, hvordan danske arbejdspladser gennem påvirkning af personen, situationen, kulturen og på det strukturelle niveau kan forebygge ulykker.

Af Mogens Nies og Tine Vorting
Foto: Istock

Når der sker en ulykke, har det både menneskelige og økonomiske omkostninger. Selvom tallet er faldet støt siden 2001, er antallet af ulykker stadig for højt på de danske arbejdspladser. I snit sker der 160 ulykker årligt pr. 10.000 beskæftigede, mens tallet i 2001 var 170. Det er et fald på 10 ulykker i løbet af ti år. Men det er ikke nok. Tallet skal falde yderligere, således at man i 2020 kan tælle maksimum 120 ulykker pr. 10.000 beskæftigede. En nødvendig, men ambitiøs målsætning fortalte seniorforsker Johnny Dyreborg på arbejdsmiljøkonferencen i Nyborg i november 2012.

Men hvordan griber man så forebyggelsen af ulykker bedst an? Ifølge Johnny Dyreborg bør man arbejde på at gøre noget, populært sagt, både ”mellem hovederne” og ”mellem ørerne i hovedet” på dem, der færdes på arbejdspladsen.

”Mellem ørerne”
At gøre noget mellem ørerne” på dem, der arbejder i virksomheden, betyder i praksis at påvirke personens viden, holdninger og adfærd med forskellige virkemidler.

Johnny Dyreborg pointerede, at man

kan give de ansatte mere viden om, hvorfor ulykker sker og forsøge at påvirke deres holdninger på forskellig måde. Dette kan blandt andet ske i forbindelse med allerede skete ulykker, og de erfaringer man høster fra undersøgelser af arbejdsulykker på en arbejdsplads. Fx hvad skete der, og hvad kan vi gøre for at undgå, at det sker igen. Johnny Dyreborg konstaterede, at teorien fornuftig nok er den, at viden ændrer holdninger, som efterfølgende fører til forandringer i adfærd.

Ifølge Arbejdsmiljøloven skal alle ulykker undersøges med henblik på læring og forebyggelse.

”Mellem hovederne”
Forebyggelse ”mellem hovederne” betyder simpelthen en påvirkning af de ansattes opfattelse af ulykker og måder at forebygge på. Udgangspunktet er situationen - i modsætning til påvirkning af

den enkeltes holdninger og adfærd gennem viden.

Dette er en langt mere aktiv forebyggelsestilgang, idet forebyggelsen sættes ind, før ulykken sker, og fordi der arbejdes med at fastholde prioritering af politikker og sikkerhedspraksis og derved at skabe et sikkerhedsklima. Det er det daglige samspil mellem ledelsen og medarbejderne og medarbejderne i mellem. Men ikke alene i det daglige samspil, men fx også ved møder om produktion og drift samt ved uformelle møder. På den måde gennemsyres arbejdspladsen af, hvor vigtigt det er med sikkerhed. Resultatet er, at der dannes en fælles opfattelse af vigtigheden af sikkerhed.



Forandringer i sikkerhedskulturen

Når ændringer i normer og sikkerhedsklima fastholdes over længere tid, taler man om, at der er sket forandringer i sikkerhedskulturen. Det betyder, at "den måde vi gør tingene på her" er ændret og løftet til et højere niveau. Det er naturligvis nødvendigt med ledelsens opbakning som altid, men også mellemlidernes engagement er central, så der bliver overensstemmelse mellem holdning og politikker på den ene side og handlinger på den anden side. Det hjælper fx ikke, hvis ledelsen signalerer nul ulykker og vægter det højt, mens det nedprioriteres i driftssituationen for at øge produktiviteten, forklarede Johnny Dyreborg.

Strukturelle påvirkninger

Forebyggelse på det strukturelle plan betyder i praksis, at man går ind og påvirker enten organisationen eller de fysiske rammer. Det kan fx være,

at man sørger for, at farlige maskiner er afskærmet, eller at man udvikler nye måder at forebygge ulykker på fx gennem ny teknologi. Et eksempel er de skruelåg, der i dag forhindrer børn i at drikke farlige husholdningskemikalier, fordi lågene er umulige at skrue af. En anden strukturel påvirkning er Arbejdstilsynets indsats med påbud og mulighed for bøder og anden straf.

Alle fire elementer i spil

Johnny Dyreborg præsenterede en rangliste over den type forebyggelse, der giver det bedste resultat, og den viste, at påvirkninger af klima, normer og kultur, altså af sikkerhedskulturen, klart scorer flest procent med en reduktion på hele 37 procent af ulykker, mens strukturelle påvirkning, adfærdsregulerende påvirkninger og holdningsbearbejdning giver henholdsvis en reduktion på 23, 14 og 4 procent.

Man kan altså opnå mest ved at opbygge en sikkerhedskultur på arbejdspladsen. Men budskabet er naturligvis, at man skal bringe alle fire elementer i spil for at nedbringe antallet af arbejdsulykker. Det kalder Johnny Dyreborg for "Orkestrering".

Johnny Dyreborg forklarede, at hvis man på arbejdspladserne griber taktstokken fuldt og helt og får gang i alle fire satser, kan den samlede reduktion af ulykker løbe op i 52 procent. Og det er mere end det dobbelte af kravet i 2020. Men det endelige mål må jo være 100 procent betragtet fra både en menneskelig og økonomisk synsvinkel.

Ulykker i den grafiske branche

Statistikker fra Arbejdstilsynet viser, at antallet af anmeldte arbejdsulykker er faldet støt siden 2007. Her var tallet 317, mens det i 2010 var 213.

Få hjælp til at forebygge ulykker

Grafisk BAR har udarbejdet et værktøj, som virksomheder i den grafiske branche kan benytte til at forebygge ulykker, registrere nærved-ulykker og endelig til at finde frem til de årsager, der har forårsaget ulykkerne.

Værktøjet er inddelt i:

- Forebyggelse - kortlægning af risiko for ulykker i den grafiske branche
- Registrering af nærved-ulykker – værktøj til farlige situationer
- Undersøgelse af ulykker – værktøj til at finde årsagerne til ulykken



HJÆLP TIL ANMELDELSE AF ARBEJDSULYKKER

Parterne har i fællesskab med Arbejdstilsynet og Arbejdsskadestyrelsen udarbejdet en række anbefalinger/konklusioner til ministeriet om, hvilke tiltag der er nødvendige for at minimere antallet af uanmeldte arbejdsulykker.

En række undersøgelser viser, at flere anmeldte ulykker ikke bliver anmeldt. Underanmeldelse sker inden for forskellige brancher. På baggrund af dette har Arbejdstilsynet og Arbejdsskadestyrelsen i fællesskab holdt flere møder med arbejdsmarkedets parter i løbet af vinteren. Formålet var at drøfte, hvorledes det er muligt at nedbringe antallet af underanmeldelse af arbejdsulykker samt bidrage med aktiviteter for at flere anmeldte ulykker

også bliver anmeldt af arbejdsgiveren. Der var bred enighed, at årsagen til manglende anmeldelse af arbejdsulykker, hovedsageligt skyldtes ukendskab til anmeldte ulykker.

Parternes anbefalinger

På den baggrund er parterne nået frem til en række anbefalinger/konklusioner, som nu forelægges ministeren til orientering. Herunder blandt andet:

- Bedre information om forebyggelse og anmelderregler blandt andet gennem BAR'erne (fx Grafisk BAR).
- Undersøgelse af årsager til incitamenter og barrierer for ikke at melde arbejdsulykker.
- Informationen skal rettes mod virksomhedernes arbejdsmiljøorganisationer.
- EASY moderniseres, så det bliver nemmere at melde arbejdsulykker i systemet.

GRAFISK CSR-KODEKS KAN STYRKE FORRETNINGEN

Grafisk Arbejdsgiverforening og HK/Privat står bag et nyt grafisk CSR-kodeks, som omfatter både miljøforhold, arbejdsmiljø og menneskerettigheder. Kodekset er et redskab til både branchen og den enkelte virksomhed.

Af Tine Vorting
Fotos: Grafisk Arbejdsgiverforening

Grafiske virksomheder i Danmark har i dag en høj standard inden for arbejdsmiljø set i forhold til Østen og flere lande i Østeuropa. Den gode historie bør de ifølge chefkonsulent i Grafisk Arbejdsgiverforening Michael Brochmann fortælle deres kunder.

”Det er jo ikke sikkert, at nuværende eller potentielle kunder kender den positive historie, og slet ikke hvis de allerede har flyttet deres produktion til udlandet,” siger Michael Brochmann. Sammen med HK/Privat har Grafisk Arbejdsgiverforening udviklet et CSR-kodeks på baggrund af FN’s Global Compact-principper. De er gået skridtet videre og målrettet det til den grafiske branche. Ved at tilslutte sig kodekset viser de grafiske virksomheder omverdenen, at de har orden i arbejdsmiljøet og det ydre miljø. Og det er et kodeks, som virksomhederne kan bruge over for deres kunder og leverandører.

Op til virksomhedens moral
Netop de gode arbejdsmiljø- og miljø-

forhold herhjemme er forudsætningen for at arbejde med et grafisk CSR-kodeks, forklarer Michael Brochmann.

”Flere virksomheder har flyttet deres tryksags- og prepressopgaver til udlandet på grund af økonomien. Med et CSR-kodeks kan vores medlemmer udfordre deres kunder og vise, at der kan være en pris at betale ved udelukkende at fokusere på prisen ved valg af leverandør,” siger Michael Brochmann og forklarer, at der jo stilles meget skrappe krav til arbejdsmiljøet i Danmark end i eksempelvis Kina.

Det har Michael Brochmann for nylig oplevet på egen hånd. Han har besøgt virksomheder i Kina, hvor flere store forlag får produceret bøger. Og han er alt andet end begejstret. Arbejdstagerrettigheder, velordnede arbejdsmiljøforhold og miljøhensyn, er langt fra på niveau med danske forhold.

”Medarbejderne udsættes for stoffer på grund af dårlig udluftning, der er en masse ensidigt, gentaget arbejde

og ingen beskyttelse med høreværn og handsker. Det er op til den enkelte virksomheds moral, om medarbejderforholdene er i orden. Jeg oplevede også, at hvis kunderne ikke stiller krav, så kommer der ikke bedre forhold,” pointerer Michael Brochmann.

Ingen afskærmning
Trods certificeringer hos flere af de besøgte virksomheder er det ikke Michael Brochmanns indtryk, at de kinesiske virksomheder tager arbejdsmiljøet seriøst. Det endda selvom de producerer til større amerikanske, engelske og danske forlag.

”Det var også lidt chokerende, at beskyttelsen af maskiner var pillet af flere steder,” siger Michael Brochmann og forklarer, at med en arbejdstid på 12 timer i træk ved en maskine uden afskærmning og dårlig udluftning, skal der ikke mange fejltagelser til, før der ryger en finger.

Risiko for deres brand
Det indebærer en vis risiko at samar-



”Hvis kunderne ikke stiller krav, så kommer der ikke bedre forhold,” pointerer chefkonsulent Michael Brochmann, der har besøgt trykkerier i Kina.

bejde med underleverandører, der ikke lever op til Global Compact-principperne. Medierne står på spring efter de negative historier, og en dårlig historie i pressen kan risikere at give bagslag på virksomhedens image og brand.

”Kunderne løber derfor en risiko for deres brand. Når de kan få produceret 30% billigere i Kina, er de så klar over, hvilke forhold produktionen foregår under?” pointerer Michael Brochmann og fortsætter:

”Vi vil gerne hjælpe vores medlemmer ved at give dem mulighed for at udfordre deres kunder på dette område blandt andet ved at afdække de risici, som kunderne løber ved at indkøbe fra leverandører, der ikke lever op til CSR-principperne. Vi håber, at vores medlemmer vil udfordre deres kunder, der har underleverandører i Kina. Fx ved at spørge til, om de egentlig er klar over, hvilke arbejdsforhold deres underleverandører har, eller om de ved, hvad de skal spørge ind til, når de køber grafisk arbejde.”

Mindre konkurrence
Et af målene for at udvikle det brancherettede kodeks har også været skabe mindre konkurrence mellem danske trykkerier og trykkerier i Østen. Skal arbejdsmiljøet og miljøforholdene forbedres i Østen, vil det alt andet lige, kræve en del ressourcer. Og det vil resultere i dyrere tryksager.

”Det kan måske trække noget forretning hjem til landet. Hvis de kinesiske underleverandører skal leve op til vores forhold, skal de investere i arbejdsmiljøforhold, og det vil gøre priserne for tryksager og andre grafiske opgaver dyrere og derved mindske konkurrencen,” konstaterer Michael Brochmann og fortsætter:

”Vi kan ikke forhindre, at der bliver produceret i Kina, men så i det mindste, at det der bliver produceret, finder sted under nogle ordentlige forhold, som er mere tålelige, end hvis vi ikke gør noget.”

Du må ikke tæve dine medarbejdere!

Grafisk CSR-kodeks beskriver meget konkret, hvad man som kunde skal udfordre sin leverandør på. Fx at de må ikke tæve medarbejderne eller ikke chikanere dem.

”Det er ikke nok at skrive, at man skal overholde menneskerettighederne. Det er helt utænkeligt i Danmark, at ovenstående kunne finde sted, og man tænker måske, hvorfor skriver de det? Men det er faktisk et problem i mange lande,” siger Michael Brochmann.

Sådan kommer du med

Er du interesseret i at tilslutte dig grafisk CSR-kodeks, vil der være behov for at udarbejde politikker på forskellige områder. Dog er det relativt enkelt at tilslutte sig, hvis man kun benytter danske underleverandører. Det er et stort projekt, hvis man samarbejder med leverandører i 3. Verdens lande. Her vil der eventuelt være brug for assistance, hvilket Grafisk Arbejdsgiverforening tilbyder.

Se mere på www.ga.dk

Global Compact principper

268 danske virksomheder har i dag tilsluttet sig FN’s Global Compact 10 principper, som omhandler menneskerettigheder, arbejdsmiljø, miljø, klima og visse forretningsforhold som korrupsion. Ud af de 268 er der seks grafiske virksomheder.

Se mere på www.unglobalcompact.org

Udvikler forretningen

Udover at styrke virksomhedens brand er det nye CSR-kodeks også et værktøj til at udvikle forretningen. Ved at inddrage CSR-parametre i produktionen kan man optimere processer med blandt andet indkøb af varer og en effektivisering af produktiviteten. Et andet element er en øget fokus på medarbejderforhold.

”Derfor mener vi, at CSR-kodekset også er en forretningsdriver, fordi virksomhederne rent økonomisk kan få noget ud af at være med. Ud over øget produktivitet har virksomheden ved bedre medarbejderpleje, lettere ved at fastholde sine medarbejdere, mindre fravær og kan i sidste ende opnå et godt image i markedet,” siger Michael Brochmann.

Europæisk standard på vej?

Det nye kodeks fra Grafisk Arbejdsgiverforening og HK/Privat er det første CSR-kodeks i Danmark, hvor både arbejdsgiver og arbejdstagersiden står sammen.

”Det gør det mere slagkraftigt, end hvis det kun var en af siderne, der stod bag,” siger Michael Brochmann. Og måske derfor er den europæiske organisation for grafiske brancheforeninger, Intergraf, blevet så begejstret, at man ser på muligheden for at udvikle en europæisk standard på baggrund af det danske kodeks.



Arbejds miljøet er langt fra på niveau med danske forhold.

Vi er imod arbejdsmiljømessig dumpning

HK/Privat er gået med i det nye grafiske CSR-kodeks, fordi de som faglig organisation ønsker at modvirke, at man sender opgaver ud til andre lande til arbejdsmiljømessig dumpning.

Helt konkret betyder det, at arbejde der udføres herhjemme, ikke bør udføres i lande, hvor der er dårligere

arbejds miljømessige vilkår. Og hvor det er med til at forrykke konkurrencen.

”Vi sender arbejdsopgaver ud i lande, hvor arbejdsmiljøet er dårligt, fordi det er billigere. Det kaldes for arbejdsmiljømessig dumpning,” forklarer Mogens Nies, teamleder i HK/Privat.

Samtidig er det også medvirkende

årsag til at, vi mister arbejdspladser i Danmark.’

”Hvis arbejdsmiljøet i andre lande lever op til samme krav som i Danmark, vil det være dyrere for dem at producere, og det betyder, at vi kan beholde nogle arbejdspladser herhjemme,” pointerer Mogens Nies.

Det siger medlemmerne

Magasinet Grafisk BAR har talt med nogle grafiske virksomheder om det nye grafiske CSR-kodeks.



Kvalitetskoordinator
Bente Lindebjerg Clasen,
Rosendahls Schultz Grafisk A/S

Hvorfor er det relevant for din virksomhed at underskrive et CSR-kodeks?

Mange af vores kunder beder os om at underskrive deres Code of Conduct i forbindelse med indgåelse af samarbejdsaftale. Nogle af kunderne har også CSR med på programmet, når de kommer på audit hos os. På en audit kigger de vores kvalitets- og miljøledelsessystem efter i sømmene, men vi oplever mere og mere, at de lige så meget interesserer sig for, hvor gamle vores ungarbejdere er, om vi har folk ansat med anden etnisk oprindelse end dansk og folk i fleksjob og den slags. Så de fleste af vores kunder forventer, at vi udviser samfundsansvar, og de spørger ind til det, så derfor kan vi ligeså godt gå hele vejen og få det formaliseret. Det er også en måde at differentiere sig på i forhold til vores konkurrenter.

Hvilket arbejde skal I i gang med for at leve op til CSR-kodekset?

Vi gør rigtig meget i forvejen, specielt på miljøområdet, så mange af temaerne har vi allerede styr på. Men vi er i gang med at udarbejde politikker på forskellige områder. Eksempelvis ansættelsespolitik og gavepolitik. Dernæst skal der sættes mål for det videre CSR-arbejde og laves handlingsplaner for dette. I mange af tilfældene handler det om at få formuleret det, vi allerede gør med hensyn til samfundsansvar. At få sat ord på de værdier, som vi arbejder ud fra. Det er et arbejde som jeg, sammen med ledelsen og HR, er ved at kigge på.

Hvad kommer det til at betyde for jeres underleverandører?

Vi skal begynde at stille krav til vores underleverandører og spørge ind til deres samfundsansvarlighed. Vi er faktisk allerede i gang. Vi har sendt Grafisk Arbejdsgiverforenings spørgeskema/tjekliste til en af vores underleverandører og bedt dem svare på spørgsmålene. CSR-arbejdet er jo noget, der skal spredes gennem leverandørkæden som ringe i vandet.

Hvordan vil I bruge det i markedsføringen?

Først og fremmest skal det stå på vores hjemmeside som en slags kvalitetsstempel. Og hvordan vi så derudover vil bruge det, er ikke helt klart endnu.

Hvilken effekt vurderer du, det får for virksomheden indadtil, at I underskriver CSR-kodekset?

For det første bliver det spændende at arbejde med, og jeg tror, det vil skabe en større bevidsthed om vores værdier.

Men jeg tror også, at netop de handleplaner, som CSR-kodekset lægger op til, er meget vigtige, for uden handling bliver det bare tomme ord.

Det siger medlemmerne



Administrerende direktør
Jan Bach,
Chr. Hendriksen & søn A/S



Koncerndirektør
Esben Mols Kabell,
Lasertryk.dk

Hvorfor er det relevant for din virksomhed at underskrive et CSR-kodeks?

"Vi arbejder sammen med store virksomheder i ind- og udland, og for dem er det en selvfølge, at deres leverandører lever op til deres CSR-profil. Derfor tiltræder vi gerne kodekset. Vi har faktisk allerede tiltrådt adskillige virksomhedsrelaterede kodekser."

Hvilket arbejde skal I i gang med for at leve op til CSR-kodekset?

"Når man har en velfungerende organisation, som lever efter de regelsæt, der er gældende i Danmark, skal der faktisk ikke ændres ret meget i forhold til de forhold, der er gældende i virksomheden i dag. Der kan være nuanceforskelle, som vi får tilrettet - sammen med vores medarbejdere."

Hvad kommer det til at betyde for jeres underleverandører?

"Vores underleverandører skal selvfølgelig leve op til de samme regelsæt, som vi skal, og det har vi ansvaret for, at de gør, hvilket indtil nu ikke har været problematisk."

Hvordan vil I bruge det i markedsføringen?

"For os er det et krav, vi naturligvis skal leve op til for at blive betragtet som en miljøbevidst leverandør."

Hvilken effekt vurderer du, det får for virksomheden indadtil, at I underskriver CSR-kodekset?

"Ligesom alle andre regelsæt i vores virksomhed er det et, vi alle skal leve op til, men der sker ingen afgørende ændringer, som vil påvirke vores medarbejderes arbejdsdag."

Hvorfor er det relevant for din virksomhed at underskrive et CSR-kodeks?

Vi har underskrevet CSR kodekset og det har vi gjort, fordi vi alligevel havde tænkt os at efterleve det. Og når man så ligefrem underskriver en aftale, så er det lidt mere forpligtigende.

Hvilket arbejde skal I i gang med for at leve op til CSR-kodekset?

Vi skal i gang med at have formuleret nogle spørgsmål til vores underleverandører. Vi har mange underleverandører også udenfor EU, og der drejer det sig om at få stillet de rigtige spørgsmål. Vi kan jo styre os selv, og ved hvad vi selv gør, så det er primært vores underleverandører, vi skal have styr på. I samarbejde med Grafisk Arbejdsgiverforening skal vi have formuleret nogle mere specifikke spørgsmål til vores underleverandører, der kan supplere de generelle spørgsmål.

Hvad kommer det til at betyde for jeres underleverandører?

Forhåbentlig ikke så meget især fordi, at 98 procent af vores underleverandører er fra Danmark. Det vil primært være relevant for vores kinesiske leverandører. Og så afhænger det jo lidt af, hvor store leverandører de er, om vi eventuelt vil tage ud og besøge dem og tjekke virksomheden igennem, men det kan selvfølgelig blive relevant.

Hvordan vil I bruge det i markedsføringen?

Vi har ikke brugt det i vores markedsføring, men det er selvfølgelig en del af vores firmaprofil, og den kommunikerer vi blandt andet ud ved at poste det på Facebook.

Hvilken effekt vurderer du, det får for virksomheden indadtil, at I underskriver CSR-kodekset?

Jeg tror, det betyder rigtig meget for medarbejderne at arbejde på en virksomhed, hvor man taget hensyn til sine omgivelser. Det giver en stolthed over arbejdspladsen. Og så tror jeg, at det smitter af på medarbejderne og deres måde at agere på i dagligdagen. Jeg tror, det bliver vigtigt for dem også at tage hensyn og tage miljøet alvorligt.