

GRAFISK BAR

MAGASINET OM ARBEJDSMILJØ I DEN GRAFISKE BRANCHE

41. NUMMER · NOVEMBER 2016



MINDRE STØJ, MERE KOMMUNIKATION

TJEKLISTE TIL LEVERANDØREN - INDSTIK

**NYT KOMMUNIKATIONSVÆRKTØJ
FRA GRAFISK BAR**

Medlemmer
i Grafisk BAR:

GraKom Brancheforeningen for Kommunikation, Design & Medieproduktion · Danske Mediers Arbejdsgiverforening
Emballageindustrien · HK/Privat · 3F - Fagligt Fælles Forbund · Dansk EL-Forbund · Dansk Journalistforbund



Indhold:

- 3 Synspunkt**
- 4 Mindre støj, mere kommunikation**
På virksomheden Laser Tryk holder de fast i, at den personlige kontakt er den bedste kommunikationskanal, også selvom virksomheden er blevet stor. Læs hvordan de gør det.
- 10 Mental sundhed, find den på nettet**
Præsentation af et nyt website, der har til formål at styrke den mentale sundhed på arbejdspladsen.
- 11 Tjekliste til leverandøren**
Tjekliste til indkøb af nye maskiner. Hiv ud og brug den som et konkret værktøj i din arbejdsdag.
- 15 Få dit budskab om arbejdsmiljø ud**
Kommunikationsrådgiver Henrik Væver fortæller, hvorfor det er så vigtigt at tænke kreativt og ud af boksen, når man skal ud med sit budskab. Og han fortæller også, hvordan man får den gode idé.
- 18 Nyt kommunikationsværktøj fra Grafisk BAR**
Knuder i kommunikationen kan skabe frustration og dårligt arbejdsmiljø. Grafisk BAR har udviklet et værktøj, der kan hjælpe en klar og tydelig kommunikation på vej.
- 21 Kemiens dag 2016 - Hvad, hvor og hvornår.**
Social kapital, er det et værktøj? – hvad er social kapital og hvordan arbejder man med det?
- 22 Med babyen som boss**
Få inspiration og gode råd til, hvordan man tilrettelægger et graviditetsforløb på arbejdspladsen.
- 24 Kort nyt**
Nye regler for elektroniske cigaretter
Hyppige afbrydelser er godt
Forandringer skaber usikkerhed

GRAFISK BAR
NYHEDSBREV

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

GRAFISK BAR

Udgiver: Fællessekretariatet Grafisk BAR
Weidekampsgade 8
2300 København S
Email: grafiskBAR@grafiskBAR.dk

Ansv. redaktør: Nina Caroline Jacobsen,
Danske Mediers Arbejdsgiverforening
Redaktion: Grafisk BARS
Informationsudvalg
Redaktør: Pia Olsen,
Kommunikationsbureauet Citat
Journalister: Pia Olsen, Anna Bridgewater
Layout: Monica Brix
Fotos: Lisbeth Holten og Istock
Tryk: Kailow
Oplag: 6.000
Udgivelse: Nr. 41, 2016
Udgives 4 gange årligt
ISSN: 1901-1334 Papir
ISSN: 1901-1342 Online
Kontakt til redaktionen:
pia@citad.dk eller
Telefon: 2279 3716
Forsidefoto: Lisbeth Holten

Medlemmer i Grafisk BAR:

Grakom Brancheforeningen for
Kommunikation, Design &
Medieproduktion
www.grakom.dk

Danske Mediers Arbejdsgiverforening
www.mediearbejdsgiverne.dk

Emballageindustrien
www.emballageindustrien.dk

HK/Privat
www.hkprivat.dk

3F – Fagligt Fælles Forbund
www.3f.dk

Dansk EL-Forbund
www.def.dk

Dansk Journalistforbund
www.journalistforbundet.dk

Kontakt:

Fællessekretariatet Grafisk BAR
Weidekampsgade 8
2300 København S
Email: grafiskBAR@grafiskBAR.dk

SYNSPUNKT

DEN FÆLLES FORSTÅELSE

I den grafiske branche er vi vant til at kommunikere. Det er faktisk det vi lever af, hvad enten det drejer sig om redaktionelt stof, tryksager eller digital formidling. Når det kommer til kvalitet i det kommunikative produkt vi leverer, går der ikke på kompromis. Men hvad med den kommunikation, der foregår internt i virksomheden? Som er afgørende for vores samarbejde og vores arbejdsmiljø. Er kvaliteten ligeså høj her?

I dette nummer af Magasinet Grafisk BAR tager vi fat om temaet kommunikation som en vigtig brik i arbejdsmiljøet på en virksomhed. Både fordi god kommunikation styrker vores fællesskab, men også fordi den effektive opgaveløsning er dybt afhængig af, at vi gør os umage i vores kommunikation med hinanden. Kommunikation betyder i bund og grund at "gøre fælles", og en fælles forståelse af en opgave betyder, at den løses rigtigt første gang. Grafisk BAR har udarbejdet et web-baseret værktøj, som leverer simple greb til både ledere og medarbejdere, der ønsker at arbejde med den fælles forståelse. Der er også god inspiration at hente fra Laser Tryk, som på trods af både vokseværk og skiftehold værner om den personlige kontakt både i den daglige problemløsning og i arbejdsmiljøarbejdet. Og så er der ikke mindst tips og tricks til at kommunikere et arbejdsmiljøbudskab ud i jeres organisation, så det bliver hørt. Læs meget mere inde i magasinet.

Der er også hjælp at hente til kommunikationen med leverandører af nye maskiner. Grafisk BAR har lavet en let tilgængelig tjekliste til leverandøren, så jeres nye maskine lever op til kravene på arbejdsmiljøområdet. Tag den ud af magasinet, eller find den på grafiskbar.dk. Og så er det tid til både et farvel og et goddag. Der lægges i øjeblikket sidste hånd på

en ny struktur, som fra 1. januar 2017 laver 11 branchearbejdsmiljøråd om til 5 branchearbejdsmiljøfællesskaber. Grafisk BAR bliver en del af Industriens branchearbejdsmiljøfællesskab. I nye rammer og med fornyet inspiration fortsætter vi ufortrødent med at bistå grafiske virksomheder med vejledninger og viden om arbejdsmiljø. Vi glæder os til det nye samarbejde.

Men inden vi når så langt samler vi de seneste års bedste artikler, og udgiver tre særlige temanumre af Grafisk BAR, om ulykker, muskel- og skeletbesvær og psykisk arbejdsmiljø. De kommer til nytår.

God fornøjelse!



Nina Caroline Jacobsen

Konsulent, uddannelse og arbejdsmiljø
Danske Mediers 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.

Mindre STØJ, mere kommunikation

På den hastigt voksende virksomhed Laser Tryk holder de fast i den personlige kontakt som den væsentligste kommunikationskanal. Vigtige arbejdsmiljøbudskaber kan nemlig sagtens køres ind med gocart.



Selvom virksomheden er blevet stor, har hver medarbejder en kop med sit navn på.



Massagestole, bordtennisbord og frugt skal gøre medarbejdernes pause ekstra god.

Af Pia Olsen/Citat.
Foto: Lisbeth Holten

"I vores kontakt med medarbejderne lader vi som om, vi stadig er en lille virksomhed," siger Mia Røndrup, som er teamleder i kundeservice hos Laser Tryk i Århus. I afdelingen har hun 30 ansatte under sig. Laser Tryk er dog langt fra en lille virksomhed. I dag er de 180 ansatte og kåret som Gazelle virksomhed.

En tur rundt på virksomheden bekræfter ambitionen om at fastholde stemningen fra en lille virksomhed. Kantinen ligner næsten et hobbyrum med bordfodbold, bordtennis og massagestole. Og i køkkenet har medarbejderne hver deres kop med navn på.

Mia Røndrup har været ansat på Laser Tryk siden dengang, hvor alting lige blev snakket igennem nede på den lokale efter arbejde.

"Efter arbejde fik vi ofte lige en snak om både det ene og det andet nede på

den lokale. Man kan sige, at det var den måde, vi sørgede for at løse eventuelle problemer på. Og det kunne både være et eller andet mellem to medarbejdere eller helt konkrete problemer i forhold til kunderne eller i forhold til arbejdspladsen. Alt blev vendt ved de sociale hyggestunder," fortæller Mia Røndrup. Den personlige kontakt er den bedste kommunikation

Nu er Laser Tryk blevet en stor virksomhed, og det er ikke længere nok at pleje det psykiske arbejdsmiljø ved at tale om tingene over en fyraftensøl.

"Vi kan ikke længere ordne alting ved lige at vende det over en fyraftensøl, men jeg tror stadig, at den personlige kontakt er den bedste kommunikationskanal, og derfor gør jeg rigtig meget ud af det sociale her i afdelingen. Vi har mange fyraftensarrangementer for at pleje arbejdsmiljøet. Når man kan hygge sig sammen, så fungerer det også

bedre at arbejde sammen. Det bliver nemmere lige at snakke sammen om det, der måtte være i vejen, og så undgår man, at problemerne vokser sig store," siger Mia Røndrup, der også peger på den spontane fridag som en måde at kommunikere en bestemt omgangsform til sine medarbejdere på.

"Vi har det, vi kalder en "spontan fridag". Og den mulighed kan man gøre brug af, når man vågner en fredag morgen med tømmermænd, fordi torsdag aften blev lidt for festlig, eller når man har en dag, hvor man bare ikke orker at stå op af en eller anden årsag. Den spontane fridag er en mulighed, men det er også et signal til alle her på virksomheden om, at vi ønsker en ærlig kontakt. Vi vil hellere have, at du ringer og siger, jeg tager en spontan fridag, for jeg faldt i vandet i går og har tømmermænd, end vi vil have, at du lyver dig syg," siger Mia Røndrup, og afdelingsleder Timo Zeller nikker.

Indbakke (4.238 beskeder, 12 ulæste)

Q Søg

Hermed ugestatus for uge 39

Mind Your Own Business.

Er du frisk på en udfordring og kunne du tænke dig at arbejde med unge etniske danskere? Som du måske ved, var Anders Grønborg sidste år kontaktperson for Dansk Flygtningehjælps "Mind Your Own Business"-projekt, hvor man hjælper unge etniske danskere med at starte en virksomhed op. Der starter nu en ny sæson, og LaserTryk.dk vil fortsat gerne være mentorvirksomhed, men Anders synes at en anden der skal være kontaktperson denne gang. Så er det noget for dig, så er det nu du skal slå til. Det er ganske uforpligtende (og ret sjovt) at være kontaktperson, da projektet primært drives af drengene og ca. 10 venture-piloter (andre voksne, typisk studerende og ildsjæle). Du skal blot være indstillet på at mødes med drengene et par gange om måneden. Møderne afholdes tirsdag aften, to timer. Det kan også være, at du vil vise drengene rundt herude på virksomheden. Sidste år var Anders også ude og spise med drengene, på vandpipebar, i biffen mv. Alle udgifter betales af LaserTryk.dk. Det vigtigste er, at drengene får en følelse af, at deres nye virksomhed bakkes op af en "rigtig virksomhed". Sig til, hvis det er noget, så kan Anders forklare nærmere.

Arbejdsmiljørepræsentant

Ledelsen opfordrer til at der skal vælges en funktionær til arbejdsmiljø-udvalget. Der er tale om flere årlige møder, med kaffe og kage, og vigtige beslutninger. Tænk du dette er lige noget for mig. Så må du meget gerne skrive til Mia@lasertryk.dk, at du ønsker at stille op på valg.


Nye ansatte

Katrine Eg Mølhav

Katrine er ansat nede i lille bogbind. Katrine laver efterbehandling på bøger, i vores hardcover afdeling.

Hans Pedersen

Hans er ansat i stor bogbind, som bogbinder.



Mik i kundeservice

Mik fra stor bogbind, vil fra på mandag, sidde det meste af dagen inde i kundeservice. Grunden til dette, er Mik har fået et piske-mæld i nakken, og har derfor ikke mulighed for at udføre sit arbejde i stor bogbind. Derfor er vi blevet enige om, at indtil Mik er kampdygtig igen, så hjælper han til i kundeservice. Kundeservice byder Mik velkommen :)

Ugens personalegode

Husk at det er muligt at blive klippet ganske gratis. Når der er ledig tider til frisøren, sender Mia en mail rundt, som du kan tilmelde dig igennem.

Ugens glade kunde

Hallo Anne!

Takker form opklarende epost. SUPET. Da godkjenner jeg disse plakater :-)

TUSEN takk for flott hjelpe atter en gang. Lasertrykk er BEST.

Mvh.
Stig Eid Sandstad

Sådan kan en fredagsmail se ud.

"Den spontane fridag er også en måde at gøre opmærksom på, at det koster penge at holde fri. Det er jo en af dine egne feriedage, du tager. Men samtidig er det også et signal om, at kærestesorger også er en acceptabel årsag til, at man bliver hjemme. Det er også noget kollegerne har forståelse for, og så undgår man den dårlige stemning, som det kan skabe i et team, når alle ved, de skal løbe lidt hurtigere den dag," forklarer Timo Zeller.

Den personlige kontakt er også udgangspunktet for arbejdsmiljørepræsentanten Jacob Laugesens arbejde.

"Hvis jeg har nogle arbejdsmiljøemner, der skal drøftes, så gør jeg det på vores afdelingsmøder. Der hvor vi sidder sammen og kan drøfte det indbyrdes. Det er ikke så ofte, der er aktuelle problemer, men hvis vi har haft en nærved-ulykke, så er det der, vi taler det igennem. Medarbejderne henvender sig også til mig engang imellem, hvis de har noget, og så tager vi en en-til-en samtale om det. Min erfaring er, at det er det, der virker. Hvis jeg skal gøre en medarbejder opmærksom på en uheldig adfærd i forhold til arbejdsmiljøet, så er min erfaring, at det er den personlige samtale, der virker," siger Jacob Laugesen.

Ikke fredagsøl, men fredagsmail

I dag er virksomheden blevet for stor til, at alting kan klares over en fredagsøl, så den er blevet erstattet af en fredagsmail.

"Hver fredag sender vi en mail ud til medarbejderne, og den når alle. Vi sender både til folks arbejdsmail og private mail, så vi er sikre på, at de får den, også selvom de ikke lige er der den dag. Mailen er ikke ret lang, og det er med vilje, for folk får ikke læst en lang mail. Vi har også ofte en lille konkurrence i mailen, for det vil folk gerne være med til, og så motiverer det dem til at læse mailen," fortæller direktør Esben Mols Kabell, og Jacob Laugesen supplerer:

"Hver gang bliver der også præsenteret en medarbejder. Et lille portræt à la "Vidste du, at Peter går op i ølsmagning?", og så ofte med et sjovt billede i bunden. Det er også noget folk gerne vil læse, så det er motivation for at få læst den. Hvis jeg har behov for at få meldt noget ud vedrørende arbejdsmiljøet, så bruger jeg også fredagsmailen," forklarer Jacob Laugesen.

Hygge og kommunikation

Socialt samvær er en kommunikationskanal, og derfor efterfølges afdelingsmøderne ofte af sociale aktiviteter.

"Jeg ved, at en af vores afdelinger holdt afdelingsmøde for nylig. De skulle gennemgå vedligeholdelse og sikkerhedsprocedurer for maskinerne. Bagefter tog de allesammen ud og kørte gocart. Det motiverer folk til at komme, og det er også fint for det psykiske arbejdsmiljø i afdelingen," siger Esben Mols Kabell.

Skiftehold kan være en udfordring for kommunikationen

Skifteholdsarbejde kan være en udfordring for kommunikationen. Det er svært at samle alle, og det kan være svært at få budskaber ud til aften- og natholdene. Men afdelingsleder Timo

Zeller har fundet en løsning, og også her er det den personlige kontakt, der er i centrum. Han har nemlig tilrettelagt sin vagtplan, så han hver anden uge har vagt sammen med aften- og natholdet.

"Jeg tror på, at den personlige kontakt virker, og den får jeg kun med aften- og natholdet, hvis jeg går på arbejde med dem engang imellem. Ellers bliver kontakten hurtigt fjern og upersonlig. Men ved at tage en fast aften- og nattevagt et par gange om måneden, så ved de også, at jeg kommer, og de kan tale med mig, hvis der skulle være opstået problemer. Og jeg bruger altid tid på at informere dem om stort og småt i virksomheden," siger Timo Zeller.

Åben kultur

Laser Tryk er som virksomhed helt traditionelt opbygget med ledere, mellemledere og ansatte, men de forsøger at fastholde en åben kultur i modsætning til en hierarkisk kultur.

"Jeg har ikke mit eget kontor. Jeg flytter rundt, og lige nu sidder jeg i bogholderiet. Jeg har også siddet i pakkeriet, i efterbehandlingen, i kundeservice og sågar ude i produktionen. Og det er faktisk helt bevidst. På den måde ved jeg,



Slogan på væggen i kantinen.

hvad der sker i de forskellige afdelinger af virksomheden. Jeg kan følge med og se, hvordan hverdagen er for medarbejderne. Jeg kan også godt finde på at flytte til en bestemt afdeling, som ikke fungerer helt så godt, som den skulle. På den måde har jeg mulighed for at få syn for sagen og tale med medarbejderne. Og samtidig får medarbejderne mulighed for at komme til mig. Man kan sige, at deres vej til at tale med nogen, der kan ændre tingene, bliver meget kort,” siger Esben Mols Kabel, der godt er klar over, at den nære kontakt skal have særligt fokus i takt med, at virksomheden vokser.

”Vi har ansat en del mellemledere, og det har vi gjort, fordi jeg ikke kan nå at tage stilling til alting mere. Det er vi blevet for store til. Formålet med mellemlederne er ikke at skabe afstand mellem ledelse og medarbejdere, tværtimod handler det om at gøre det nemmere for medarbejderne at aflevere deres budskab,” siger Esben Mols Kabell.

Det er ikke altid at flere ansatte er løsningen på stress

”Er der pludselig en afdeling, hvor medarbejderne er meget stressede, så

kan jeg vælge at flytte derhen for at se, hvad der skaber stress. Det er ikke altid løsningen at ansætte flere folk. Kilden til stress kan findes mange steder, men det tager som regel lidt tid at finde ud af, hvor skoen trykker,” siger Esben Mols Kabell.

Mellemlederne befinder sig også ude blandt medarbejderne.

”Det er der vores arbejde er, så det ville være helt tosset, hvis vi ikke var der. Men det betyder også, at vi ved, hvad der foregår, og at det bliver naturligt for medarbejderne at komme til os med stort og småt. De skal ikke gå op ad en trappe og banke på en dør, de kan bare hive fat i mig, når vi går forbi hinanden. Det betyder, at vi får løst tingene hurtigt, og før det bliver til store problemer,” forklarer Timo Zeller.

Arbejds miljørepræsentant Jacob Laugesen har været på Laser Tryk i 11 år, og helt fra dengang hvor virksomheden bestod af 15-20 mand. Og han fornemmer ikke den store forskel i kommunikationen.

”Jeg tager bare fat i den, jeg skal tale med. Det har jeg altid gjort. Der er ikke

den store forskel. Jeg oplever det meget naturligt og nemt at kommunikere både med ledelse og ansatte,” siger Jacob Laugesen.

Forskellige medarbejdergrupper

Der er mange forskellige medarbejdergrupper på Laser Tryk, og det er både en udfordring og en ressource ifølge direktør Esben Mols Kabell.

”Det spændende ved at arbejde på et trykkeri i forhold til mange andre virksomheder er, at folk er så forskellige. Der er så mange forskellige faggrupper. Eksempelvis har vi bogholderiet, og det er nogle erfarne herrer, i prepress er de lidt nørdede, i kundeservice er de uadvendte, i layouten er de kreative og i it-afdelingen er det igen nogle helt andre personlighedstyper. Det er mange forskellige personlighedstyper, man skal kunne rumme, og der er de sociale arrangementer altså det, der binder det hele sammen,” siger Esben Mols Kabell, der i næste uge skal afsted til et paintball arrangement med nogle ansatte.

MANGE MÅDER AT KOMMUNIKERE PÅ:

”På et tidspunkt havde vi en mail, der hed ”Kan det virkelig passe? ”, og det var meningen, at folk skulle kunne skrive alle typer af spørgsmål til den mail og også gerne komme med forslag til forbedringer. Men den virkede et stykke tid, og så holdt folk op med at bruge den. Derefter fik vi så opsat en tavle, hvor folk kunne skrive forslag til forbedringer på. Den virker stadig, men folk skal mindes om at bruge den engang imellem.” *Esben Mols Kabell.*

W.C. SOM KOMMUNIKATIONS-PLATFORM

”Vi har brugt indersiden af toilet døren som kommunikationsplatform. Vi hængte en plakate op med, at hvis folk så noget ”mærkeligt”, en løs ledning eller andre ting på virksomheden, så skulle de tage et billede af det og sende det til en af os i arbejdsmiljøudvalget, så vi kunne gøre noget ved det. Vi tænkte, at det er da et sted, hvor man har tid til at læse, og alle medarbejdere kommer der.” *Timo Zeller.*

SNAP EN FORBEDRING!



LaserTryk.dk

P. O. Pedersens Vej 26 | DK-8200 Aarhus N | Tlf. 87 303 303 | info@lasertryk.dk | www.lasertryk.dk



MENTAL SUNDHED, FIND DET PÅ NETTET

Et nyt website, mentalsundhed.dk, præsenterer 400 forskellige værktøjer, der kan bruges til at styrke den mentale sundhed på din arbejdsplads. Der er værktøjer til både kolleger, ledere, arbejdsmiljørepræsentanter og andre nøglepersoner.

Måske har du prøvet det. Man ser en kollega, der har det dårligt, men man ved ikke helt, hvad man skal gøre. Skal man spørge, om der er noget i vejen? Skal man lade som om, man ikke ser det? Skal man tilbyde sin hjælp? Rigtig mange mennesker oplever på et tidspunkt i deres liv at være psykisk ude af balance eller at være psykisk sårbar. Det kan være privatlivet, der er kilden til ubalance eller en kombination af privatliv og arbejdsliv. Men et er helt sikkert, det påvirker de mennesker, man arbejder sammen med i det daglige.

Nu sætter en ny hjemmeside fokus på, hvordan vi kan tage vare på den mentale sundhed på vores arbejdsplads. På hjemmesiden kan du finde svar på, hvad man siger til en kollega, der har det dårligt. Men også på, hvordan du som leder håndterer en medarbejder, der har det vanskeligt. På hjemmesiden kan du finde værktøjer til at håndtere den mentale sundhed, uanset om du er medarbejder, leder, arbejdsmiljørepræsentant eller en anden nøgleperson på arbejdspladsen. Websitet henvender sig særligt til små og mellemstore virksomheder med op til 100 ansatte.

Hvad kan du finde?

Hjemmesiden bestræber sig på at formidle viden og på at være så konkret som muligt. Eksempelvis kan du finde

et forslag til en dagsorden til et personalemøde, lige til at printe ud og bruge. Du kan også tage en stresstest, og så er der også en skabelon til, hvad lederen kan snakke med medarbejderne om til en omsorgssamtale.

Hvem står bag?

Bag den nye hjemmeside står en lang række af organisationer, som har dannet et partnerskab på tværs af sundheds- og arbejdsmarkedsområdet, blandt andet Komiteen for Sundhedsoplysning og Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø.

Initiativet er motiveret af et stigende antal sygdomsmeldinger på grund af psykiske lidelser. Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø anslår, at de samfundsmæssige omkostninger ved mentale helbredsproblemer i Danmark er på omkring 55 milliarder kroner om året. "Sammen om mental sundhed" er finansieret af satspuljen på psykiatriområdet med 7 millioner kroner. Find websitet her: www.mentalsundhed.dk

Kilde: Videnscenter for Arbejdsmiljø

Find vej på websitet

Mentalsundhed.dk er bygget meget enkelt op, og du starter med at klikke dig ind som enten:

Medarbejder, kollega, leder eller nøgleperson. Derefter kan du så klikke dig videre indenfor tre forskellige faser: Forebyg, bliv i arbejde eller kom tilbage efter en lang sygdomsperiode.

Kilde: Videnscenter for Arbejdsmiljø

HUSK ARBEJDSMILJØET, NÅR I KØBER NYE MASKINER?

Grafisk BAR har fremstillet en vejledning til hvordan I nemt og overskueligt kan inddrage arbejdsmiljøet, når I planlægger at købe en ny maskine. Første del af vejledningen beskriver forløbet i den gode indkøbsproces, og anden del er en tjekliste, der kan kvalitetssikre jeres indkøb. Tjeklisten finder du her i magasinet, den er lige til at tage ud og bruge. Både vejledning og tjekliste kan du også finde på Grafisk BARs hjemmeside. Find vejledning og tjeklister her: www.grafiskbar.dk under "publikationer og indkøbsvejledning"

Tjekliste til leverandøren



Maskine:	Fabrikat:	Type:	Udfyldt af:	Dato:	
Virksomheden ønsker svar på nedenstående spørgsmål				JA / NEJ	Noter (X)
<i>Leverandøren bedes svare JA eller NEJ på alle spørgsmål. Hvis svaret kan uddybes, krydses af i "NOTE". Hvis feltet JA / NEJ er blokeret eller der allerede er sat et kryds ved note, skal der altid suppleres med en note. Fx i form af et bilag eller en mail, der henviser til de enkelte punkter, der laves noter til.</i>					
1. Generelt					
1.1 Foreligger der kendte arbejdsmiljømæssige problematikker omkring maskinen?					
1.2 Kan maskinen besigtiges under normal drift? Hvis ja, hvor?					
2. Støj og vibrationer					
<i>Støj og vibrationer på arbejdspladsen er generende og kan give anledning til øget træthed. Udsættelse for støj og vibrationer kan medføre varige helbreds-skader som nedsat hørelse, konstant susen eller hyletone i øret (tinnitus), stress og kredsløbslidelser.</i>					
2.1 Er maskinen dæmpet, så den ikke er unødigt støjende? Hvis nej, kan der så leveres en støjdæmpet model?					X
<i>Er der f.eks. monteret inddækninger og absorptionsmateriale og er maskinen forsynet med støjdæmpede trykluftafblæsninger, hvor det er relevant.</i>					
2.2 Har leverandøren opgivet støjdata i brugsanvisningen og er der oplysninger om, hvordan støjen er målt?					
<i>Maskinen skal være CE-mærket, og der skal være oplysninger om støj i maskinens brugsanvisning; en såkaldt støjdeklaration. Af støjdeklarationen skal det klart fremgå hvilke driftsbetingelser, der ligger til grund for støjdeklarationen og det skal endvidere oplyses, om der er målt med eller uden støjdæmpende foranstaltninger (partielle indkapslinger, særlige lydæmpere o.lign.). For de fleste maskintyper findes der målestandarder, som leverandøren skal måle efter.</i>					
2.3 Giver leverandøren garanti på overholdelse af støjkrav?					
<i>Kravene kan formuleres som lydeffekten fra maskinen og/eller som lydtrykket på nogle bestemte positioner.</i>					

3. Ergonomi

Der stilles krav om, at maskinen indrettes således, at der tages hensyn til de medarbejdere, som skal betjene den, og at der kan opretholdes hensigtsmæssige arbejdsstillinger.

3.1 Er der situationer under drift, hvor betjening medfører u hensigtsmæssige arbejdsstillinger (ex. ved betjening, ilægning, fratagning, oprulning m.m.)?

3.2 Er der betjeningsområder på maskinen, som kan individuelt tilpasses operatørerne, herunder

- arbejdshøjder?
- rækkeafstande?
- løft, skub og træk?

3.3 Kan operatøren kontrollere produktions hastigheden?

3.4 Kan rengøring, vedligehold og reparation af maskinen udføres med hensigtsmæssige arbejdsstillinger?

4. Maskinsikkerhed

Alle maskiner skal være indrettet og udstyret på en sådan måde, at de beskytter brugeren mod ulykker. Dette sker i praksis ved, at fabrikanten allerede i konstruktionen af maskinen skal overveje mulige risici. Andre risici kan elimineres og forebygges ved hjælp af afskærmninger, nødstopforanstaltninger og instruktion.

4.1 Lever maskinen op til maskindirektivet, evt. andre direktiver, bekendtgørelser og anden relevant lovgivning?

Maskiner og maskinanlæg skal leve op til gældende Maskindirektivet herunder CE-mærkning, EU-overensstemmelseserklæring, ved delmaskiner en inkorporeringserklæring, risikovurdering, teknisk dossier, brugsanvisning mv. Dertil kommer Arbejdstilsynets bekendtgørelse om indretning af tekniske hjælpemidler.

Andre direktiver som evt. skal overholdes er LVD-direktivet, EMC-direktivet, ATEX-direktivet eller PED-direktivet.

Vedr. ATEX-direktivet: Dampene fra nogle af de opløsningsmidler, som anvendes i den grafiske branche er brand- eller eksplosionsfarlige.

4.2 Indgår maskinen i en procesline, hvor flere maskiner og komponenter kobles sammen? Hvis ja, hvilke? Står leverandøren da for den samlede CE-mærkning af proceslinjen?

4.3 Er der farlige dele, og hvilke beskyttelsesforanstaltninger leveres?

I den grafiske branche er der en del maskiner med f.eks. roterede maskindele, knive til skæring af materialer, udstansning og trykpressere, hvor der er mulighed for at komme til skade. Overvej om der er klemnings- eller klipningsfare for fingre eller andre dele af kroppen både under almindelig drift, under indstilling af maskinen og ved driftsstop. Fabrikanten er forpligtet til at levere de nødvendige beskyttelsesforanstaltninger (afskærmninger, lysgitre, trædemålere o.s.v.). Hvis det ikke er muligt at sikre maskinen med beskyttelsesforanstaltninger, skal fabrikanten advare gennem skiltning og i brugsanvisningen.

Maskindele skal isoleres eller afskærmes, hvis de bliver så varme eller kolde, at de afgiver generende strålevarme eller kulde eller er farlige, når der røres ved dem.

4.4 Er der behov for nødstop på eller ved maskinen? Hvis ja, står leverandøren eller fabrikanten da for monteringen og afprøvningen af dem?

Maskiner, som af arbejdstekniske grunde ikke kan indrettes eller afskærmes, så risiko for personskade er udelukket, skal have nødstop ved farestederne. Ved farligt efterløb skal nødstopet kombineres med en bremse. Genstart af maskinen må kun kunne ske med de normale startanordninger, og først når nødstopet manuelt er stillet tilbage i "klarstilling".

4.5 Hvordan virker styresystemet på maskinen? Har leverandøren eller fabrikanten ansvaret for tilslutning og afprøvning?

Hvis uvedkommende igangsætning kan medføre personskade gælder følgende:

- Der skal være hovedafbryder med lås. Låsen skal bruges, når maskinen forlades, repareres og rengøres. Når maskinen er stoppet, må der ikke efterfølgende kunne ske farlig maskinbevægelse på grund af tilbageværende tryk eller lignende.
- Maskiner, som er tilsluttet elnettet, skal være forsynet med spændingsfaldsudløser, der skal forhindre, at maskinen genstarter efter at spændingsfald eller strømsvigt er ovre, og der atter er driftsspænding.
- Hvis dele løftes med trykenergi, skal der være mekanisk sikring mod fald ved tryksvigt. Trykenergivedne maskiner må ikke selv genstarte ved tilbagevendende tryk efter svigt.

4.6 Hvordan er betjeningsikkerheden på maskinen?

Maskiner skal have betjeningsorganer, som kan betjenes let og farefrit. De skal være anbragt og udført således, at utilsigtet betjening eller fejlbetjening er forhindret. Maskiner, der kan betjenes fra flere betjeningssteder, må kun kunne betjenes fra et betjeningssted ad gangen. Ved maskiner med tohåndsbetjening i fareområde, må maskinen kun kunne igangsættes ved brug af begge hænder samtidigt. Hvis den ene hånd fjernes, skal maskinbevægelsen stoppe, før hånden kan nå ind i fareområdet. Ved betjening med dødemandsknappfunktion eller fodpedal må maskinbevægelse kun ske, så længe operatøren påvirker betjeningsenheden. Når operatøren slipper, skal betjeningsenheden gå tilbage til udgangsstilling, og maskinen skal standse. Betjeningsorganer skal placeres, så operatøren har fuldt overblik over fareområder, men selv er uden for disse.

4.7 Er der strålingskilder, og er disse afskærmet?

Hvis ikke – hvilke forholdsregler er der taget for, at de ansatte ikke udsættes for stråling?

4.8 Er der mulige risici fra andre kilder såsom hydraulik og pneumatik?

4.9 Er der dansk brugsanvisning med forståelig information om installation, brug, vedligeholdelse, rengøring og reparation? Findes anvisning på flere sprog? Hvis ja, angiv hvilke.

5. Kemiske forhold

5.1 Udvikler maskinen sundhedsskadelige dampe, aerosoler eller støv, som medfører ændrede krav til udsugning eller placering heraf.

Inden for den grafiske branche anvendes kemikalier til fremstilling og bearbejdning af det færdige produkt; herunder f.eks. prepress, trykning, limning, laminering samt belægning og overtrækning med plastmaterialer. Kemikalier anvendes endvidere til afvaskning af valser, gummiduge, serigrafiammer, farvebakker og andet udstyr. Støvpåvirkninger forekommer ved bl.a. udstansning, tilskæring og falsning af produkterne.

X

X

5.2	Er der mulighed for at vælge en maskine, hvor afdampning fra kemikalierne eller støvpåvirkninger er indkapslet?		
5.3	Er der mulighed for at vælge en maskine med en teknik, som ikke udvikler sundhedsskadelige dampe eller støv?		
5.4	Skal der tages særlige forholdsregler ved vedligehold og rengøring for at undgå kontakt med og/eller indånding af kemikalier?		
5.5	Anbefales særlige rengøringsmidler ved rengøring? Hvis ja, har leverandøren sikret, at der kun benyttes de mindst muligt skadelige produkter?		
5.6	Kræver betjeningen, omstilling eller rengøring af maskinen brug af værnemidler?		

6. Instruktion

I forbindelse med indkøb af en ny maskine er det for at forebygge risikoen for arbejdsulykker, nedslidning og andre fysiske samt psykiske belastninger nødvendigt at afsætte tid til grundig instruktion og oplæring af opstillere, operatører og medarbejdere, som skal vedligeholde og reparere maskinen.

6.1 Står fabrikant eller leverandør for instruktion af de medarbejdere, der skal betjene, vedligeholde og rengøre maskinen?

X

7. Arbejdsstedets indretning

Installation af nye maskiner kan have stor betydning for arbejdet i resten af produktionsområdet. Problemstillinger omkring arbejdsstedets indretning og de praktiske forhold ved opstilling af den nye maskine. Under udfyldelse af spørgsmålene i dette afsnit kan det være hensigtsmæssigt at benytte tegningerne.

7.1 Hvilke pladskrav anbefales for at maskinen kan betjenes forsvarligt ift.

- A. betjening af maskinen (operatør)
- B. vedligehold og reparation af maskinen
- C. arbejde ved omkringliggende processer
- D. transportveje omkring maskinen

X

7.2 Er der særlige krav til belysningen ved arbejde med maskinen?

Den almene belysning og evt. særbelysning ved maskinen skal være tilstrækkelig til, at maskinen kan betjenes sikkert og tilfredsstillende ved produktion, rengøring, vedligeholdelse og reparation. U hensigtsmæssig belysning kan give ergonomiske belastninger og øge risikoen for ulykker.

8. Andet

Øvrige forhold som ønskes besvaret, og som ikke nødvendigvis relaterer sig til arbejdsmiljøet. Eksempler på sådanne forhold kan være adgang til reservedele, opstartstider, håndtering og transport af affald, biologiske forhold, el-sikkerhed, energiforbrug osv.

8.1 Er der andre forhold, som leverandøren kan oplyse om?

Få dit budskab om arbejdsmiljø ud

Målret dit budskab og tænk kreativt, så brænder dit budskab igennem. Det traditionelle worddokument hængt op på en opslagstavle i kantinen duer ikke mere. Ingen læser det. Men står der pludselig en rød sofa i omklædningsrummet, så får dit budskab opmærksomhed.

Af Pia Olsen/Citat.

Dårlig kommunikation kan være roden til meget skidt på en arbejdsplads, blandt andet dårligt arbejdsmiljø. Det skaber nemlig frustration og irritation, og det påvirker det psykiske arbejdsmiljø negativt. De fleste af os kan genkende situationen, hvor man synes, man har sagt det, men modtageren har bare ikke hørt det. I en travl hverdag går information nemt tabt, især hvis den præsenteres i form af det klassiske worddokument, der er hængt op på opslagstavlen.

"Et worddokument med et fint billede og en overskrift i punkt 18 kan se fint ud på skærmen, når man laver det. Men ude i virksomhedens kommunikationshav drukner det lille A4 ark fuldstændig. Ingen ser det, ingen læser det," siger Henrik Væver, som til dagligt rådgiver virksomheder i, hvordan de laver kampagner, der klart og effektivt får et budskab ud i alle kroge af arbejdspladsen.

"Når det handler om at få arbejdsmiljøbudskaber udbredt, så er min

erfaring, at arbejdsmiljøgrupperne er rigtig gode organisatorisk. De er gode til at afholde møder, beslutte og skrive referat. Og derfor bliver de ofte frustrerede over, at kollegerne ikke gør det, som de har besluttet, at de skal gøre. Med andre ord, de bliver frustrerede over, at deres beslutninger ikke direkte påvirker kollegernes handlinger," fortæller Henrik Væver.

Det er til gavn for alle

Det kan være ekstra svært at forstå, hvorfor medarbejderne ikke får brugt

værn eller tager hjelm på, for vi ved jo alle sammen, at vi skal bruge det, og at det er til vores eget bedste.

"Det er nemt at glemme de små ting i hverdagen, og der er mange andre dagsordener i spil end den, der handler om arbejdsmiljøet. Medarbejderne har travlt og vurderes også på effektivitet og kvalitet, og så sker det, at tempo bliver prioriteret over sikkerhed," siger Henrik Væver.

Hvad virker?

Budskabet skal være klart og enkelt, og der skal ikke være mere end ét budskab per kampagne.

"Grundlaget for en effektiv kampagne er, at man har ét budskab til én målgruppe i én periode. Det er vigtigt at målrette sit budskab, så netop den målgruppe, man skal nå, oplever det er relevant, og så alle andre ikke behøver bruge opmærksomhed på budskabet. Det er også vigtigt, at kampagnen kun kører i en afgrænset periode, for når noget har hængt længe på væggen, så holder vi op med at se det," siger Henrik Væver og kommer med et godt eksempel på et målrettet budskab fra en virksomhed, han har arbejdet med:

"Jeg var på en virksomhed, hvor budskabet var, at når truckbatterierne

skulle fyldes, og medarbejderne skulle gøre det på en bestemt måde, fordi batterierne fyldes med syre. Og derfor blev kampagnen isoleret til lige præcis det sted, hvor truckførerne kom og fyldte deres batterier. Det var altså ikke noget, vi bad resten af virksomheden bruge energi på," siger Henrik Væver.

Nyt og anderledes

Glem alt om worddokumentet. Det gælder om at finde på noget nyt og overraskende.

"Find på noget, der tiltrækker sig opmærksomhed. Fjern bænkene fra omklædningsrummet og stil i stedet

Sådan designer du en stærk kampagne:

Du skal have ét klart budskab.
Én klar målgruppe, og en afgrænset periode.



Henrik Væver.

en rød sofa med en stak løbesedler med dit budskab. Mal en væg med dit budskab, eller mød kollegerne ude på parkeringspladsen og ønsk dem godmorgen, samtidig med at du giver dem et postkort med dit budskab på. Hvis det er op til jul, så mal et juletræ pink og pynt det med postkort med dit budskab og stil det i kantinen. Du må gerne overraske," siger Henrik Væver og nævner, at kampagnemateriale kan bruges igen og igen.

"Næste gang du skal gøre opmærksom på, at folk eksempelvis skal huske at løfte rigtigt, så kan du hive det samme pink juletræ frem og stille det op til Sankt Hans og gøre opmærksom på, at nu er der kun et halvt år til jul. Kampagnemateriale behøver ikke at være så dyrt, og man kan bruge det igen og igen, for meningen er jo netop, at kampagnerne er tilbagevendende."

Læg en årsplan

Det er nødvendigt at gentage kampagnerne.

"Vi kender alle sammen den mekanisme, at når vi lige er blevet gjort opmærksomme på noget, så husker vi det i en periode, og så begynder det igen at glide i baggrunden. Derfor er kampagner en tilbagevendende begivenhed. Læg en årsplan for, hvilke kampagner arbejdsmiljørådet ønsker at køre i år. Det kan være 3-4 forskellige kampagner af tre ugers varighed. Og her kan det være godt med gengangere. Det er også vigtigt, at man ikke fylder hele året ud med kampagner, for det bliver for meget. Der skal være plads til, at andre på virksomheden også kan komme med deres budskaber eller projekter. Det er nemlig helt afgørende, at kampagnerne har ledelsens opbakning og ikke bliver et irritationsmoment for medarbejderne. Så husk at gøre plads til andre budskaber end jeres egne i løbet af året," lyder et godt og vigtigt råd fra Henrik Væver, som også understreger, at man skal holde fast i kampagnerne 3-5 år, så de vækker genkendelse.

Hvordan får man den gode idé?

Det kan være svært at få en god idé, men det er vigtigt at bruge tid på det.

"Alle kan finde ud af at bruge storskærme eller andre helt almindelige kommunikationskanaler. Det er bare vigtigt at forstå, at der skal mere til. Det er en kreativ event, der skal få dit budskab ud til din målgruppe, og derfor er det vigtigt at bruge energi på at få den helt rigtige skæve idé," siger Henrik Væver, der anerkender, at det kan være svært at tænke kommunikationsmæssigt ud af boksen, når man ikke er vant til det. Men han har heldigvis et par gode råd til den proces.

"Start med at gå en tur gennem virksomheden og forsøg at se den med medarbejdernes øjne. Det kan være, at man opdager en lang kedelig gang, hvor man eksempelvis kan opstille små vægge med budskaber, som medarbejderne så skal zigzagge igennem for at komme til kantinen. Det kan også være, at man får øje på en gavl ude ved parkeringspladsen, hvor man kan hænge et stort banner. Man skal forsøge at se virksomheden med nye øjne. Og synes man, det er helt umuligt at få gang i den kreative proces, så kan det betale sig at få hjælp udefra i form af en konsulent. Det koster selvfølgelig penge, men det koster også penge at iværksætte en kampagne, der ikke virker," siger Henrik Væver.

Det kan godt betale sig at bruge humor i sine kampagner, men det skal gøres rigtigt.

"Hvis man har fået en idé, som man måske synes er lidt vild, og man er i tvivl om, hvorvidt den er for vild, så kan man altid gøre det, at man tester den på ti kolleger. Hvis de så siger, at de synes, den er over strengen, så kunne jeg personligt godt finde på at bruge idéen alligevel. Det gør ikke noget, at det er lidt provokerende. Det væsentlige er, at budskabet bliver forstået," siger Henrik Væver, der også har erfa-

ring for, at arbejdsmiljøgruppen rykker tættere sammen, når de kaster sig over den udfordring det er at få den rigtige idé. Det gør nemlig også arbejdet sjovere.

GIV DIN KAMPAGNE EN FARVE

Brug farver i din kampagne. Rød, gul, pink. Gerne farver der stikker ud fra virksomhedens øvrige farvepalet. De skal fange øjet. Bruger du eksempelvis pink, når du kører en kampagne om, at medarbejderne skal bruge åndedrætsværn, så får farven betydning efter nogle gange. Medarbejderne vil identificere farven pink og tænke "åndedrætsværn". Det er meget effektivt. *Henrik Væver.*

UD AF BOKSEN

Vælg en farve for jeres kampagne og gå i Tiger, IKEA eller et andet sted og find ting i den farve, der kan bruges til at gøre opmærksom på kampagnen. Det kan være, at man kan finde pink høreværn eller røde beskyttelsesbriller. Placér genstandene relevante steder i virksomheden som en del af jeres kampagne. Det kan minde medarbejderne om kampagnen. *Henrik Væver*

Nyt kommunikationsværktøj fra Grafisk BAR

Kommunikation er nødvendig, når alle på en arbejdsplads skal forstå, hvilke opgaver der skal løses – og af hvem. Er der knuder i kommunikationen, kan det påvirke det psykiske arbejdsmiljø. Derfor har Grafisk BAR udviklet et digitalt værktøj, der kan hjælpe med at styre uden om misforståelser.

Af Anna Bridgwater

Harry troede, Bent sørgede for at aflevere arbejdsplaner. Bent troede, ledelsen havde sagt, at det var Kirstens ansvar. Kirsten havde aldrig fået den besked. Konsekvensen var, at arbejdsplanerne ikke blev afleveret. Harry, Bent og Kirsten brugte tid og energi på at forklare, hvorfor det ikke var deres skyld. Deres lange bortforklaringer skabte en dårlig stemning på arbejdspladsen, og slugte både tid og ressourcer.

Når opgaver ikke bliver løst, som de skal, går det for det første ud over arbejdsgangen og produktiviteten. For det andet går det ud over det psykiske arbejdsmiljø. Og for det tredje kan den øgede travlhed, som fejlene fører med sig, gøre medarbejderne irriterede og pressede på tid.

God kommunikation

Der er altså flere gode grunde til at for-

hindre misforståelser, og nøgleordet er god kommunikation. Alle fællesskaber, også arbejdspladser, er afhængige af, at mennesker kan finde ud af at kommunikere, når de skal løse opgaver og fungere sammen.

Kommunikation går ud på at dele ideer, planer og opfattelser med hinanden, så alle har samme forståelse. Men der kan komme "støj på linjen" mellem

afsender og modtager. Der er tit fart på i løbet af en arbejdsdag. Den, der afsender et budskab, får måske ikke udtryk sig præcist i forbigarten. Eller også kan det være, at den, der modtager budskabet ikke opfatter præcis det, der bliver sagt.

Ud over det, der bliver sagt med ord, bliver der sagt en masse med kropssprog, attituder og mimik. Når en leder hidser

sig op eller blot bliver stående i døren, mens han eller hun råber til Harry og Kirsten, er det ikke så vigtigt, hvad der bliver sagt: Kropssproget og attituden forpurrer meddelelsen, og Harry og Kirsten opfatter beskeden på en anden måde, end det er meningen. Og når de så genfortæller beskeden til Bent, er det vreden, de hæfter sig ved, ikke selve beskeden.

Nyt værktøj

Det er beskeden, ikke følelserne, der er det centrale. Nu har Grafisk BAR udviklet et digitalt værktøj med tips til at hjælpe medarbejdere, tillidsfolk og ledelse med at kommunikere på en klar og utvetydig måde.

Målet er at hjælpe med at skabe fælles fodslag og et bedre arbejdsmiljø på arbejdspladsen. Værktøjet består af en

skriftelig guide, som findes online. Men man behøver ikke at læse det hele på en gang. I stedet for vælger man det emne, som er mest relevant.

Tanken er, at man henter hjælp til de enkelte situationer, der volder besvær. Hvis det er uklarhed om, hvem der er ansvarlig for arbejdsedlerne, der er problemet, så kan man læse gode råd til, hvordan man forbedrer kommunikationen i at overdrage en præcis besked.

På den måde får man en trin for trin-guide, som kan lede medarbejdere og ledere gennem de skridt, der er nødvendige for at sørge for, at en besked bliver afleveret korrekt – og være med til at sørge for, at beskeden bliver forstået korrekt.

Værktøjet kan være med til at finde den helt rigtige måde at aflevere en besked – uanset om beskeden handler om at sætte gang i en ny opgave eller tale om en afsluttet opgave. Der er også tips at finde, hvis man bare gerne vil have gode råd til at gøre samtalen god, så alle parter føler, de forstår, hvad der er blevet talt om, og ingen føler, de er blevet overhørt.

Nogle medarbejdere vil måske blive overrasket over, hvor mange trin der kan være i at kommunikere en enkelt besked. Men der er hjælp at hente, for punkterne er stillet op i et skema, som gør trinene overskuelige. Skemaet kan også printes ud, så den kan tages med ud i produktionen, og der er plads til, at man tilføjer de stikord, der er nødvendige i den gældende situation.

Hjælp til svære samtaler

Ikke al kommunikation er positiv – nogle gange skal en medarbejder have at vide, at de ikke gør deres arbejde godt nok. Derfor indeholder guiden også gode råd til, hvordan man giver feedback. Måske skyldes problemet, at medarbejderen aldrig har fået tydeligt at vide, at hun faktisk ikke udfører sit arbejde. Så skal hun have feedback, men

på en god måde. Den skal være konkret, konstruktiv og klar, så hun kan bruge den til at ændre måden hun arbejder på.

En fane er dedikeret til emnet ”spørgeteknik”. Rigtig mange glemmer at stille de vigtige spørgsmål. Men hvis en medarbejder ikke spørger, hvorfor han skal rydde op, finder han måske ikke ud af, at det skal han, fordi der er indkøbt nye maskiner, som der skal gøres plads til. Resultatet er at opgaven bliver nedprioriteret, og når maskinen kommer, er der ikke gjort plads til den.

Der er også en fane med titlen ”kvalitet i samtalen”. Under fanen anerkendende konfrontation er der forslag til, hvordan medarbejderen får at vide, at hun ikke leverer det, hun skal. For hvis hun føler, hun blot står og modtager skældud, er der risiko for, at hun står med armene over kors og med lukkede ører.

Der er endnu flere emner at dykke ned i på Grafisk BAR's hjemmeside, hvis man vil forbedre kommunikationen og dermed effektiviteten og det psykiske arbejdsmiljø på arbejdspladsen.

GUIDE TIL VÆRKTØJET:

Find værktøjet på Grafisk BAR's hjemmeside på grafiskbar.dk.

Klik på publikationer, derefter ”Psykisk arbejdsmiljø” og ”Kommunikation og godt arbejdsmiljø”. Vælg så den fane, der hedder: ”Når ting ikke sker som aftalt”.

Herfra kan du vælge mellem tre faner: ”Giv klar besked”, ”Feedback” og ”Kvalitet i samtalen”. Når du klikker på dem, får du en kort forklaring på, hvorfor det er vigtigt at bruge tydelig kommunikation i de pågældende situationer.

Hvis du fx klikker videre på teksten ”Giv klar besked”, dukker der en detaljeret gennemgang op af de vigtige punkter i en besked. Der er fem punkter, som alle parter skal være indforstået i:

- 1) Den overordnede situation
- 2) Målet
- 3) Hvordan planen udføres
- 4) Tilgængelige ressourcer
- 5) Kommunikationsplan, der skal sikre, at alle ved, hvor man skal hen og hvor langt man er nået

Herfra kan alle trin i processen printes ud, så man selv kan tilføje de ord eller konkrete situationer, det handler om.

Kemiens dag 2016

Kemiens dag 2016 sætter fokus på arbejdsmiljøet, og så tager den emnet om nanoteknologi op.

Den 23. november er det Kemiens Dag, og temaet er noget så relevant som Kemi og Arbejdsmiljø. Det er første gang, at Arbejdsmiljø er en del af det overordnede tema, og det gør det ekstra relevant at deltage for arbejdsmiljørepræsentanter. Du kan også blive klogere på: Hvor giver kemikalierne de største problemer for arbejdsmiljøet? Hvor forventer forskerne, at vi vil få udfordringer i de kommende år? Hvordan skal vi håndtere nanoteknologi? Og meget mere.

Kemiens dag foregår i Industriens Hus på Rådhuspladsen i København, fra kl.

8.30- 17. Arrangørerne skriver blandt andet om emnet:

”På Kemiens Dag ser vi blandt andet på, hvad virksomheder i servicesektoren og industrivirksomhederne gør for at beskytte medarbejderne mod problematiske kemikalier. Hvordan sikres det, at reglerne ikke bare er regler, men også bliver brugt af de medarbejdere og ledere, der står med de konkrete udfordringer? Hvor er succeserne, og er der steder, hvor der er behov for en større indsats? Vi ser også på, hvordan EU arbejder med området. I EU's arbejdsmiljøstra-

tegi 2014-2020 er der igangsat en række initiativer, og der peges direkte på et stort vækstpotentiale, hvis det lykkes at mindske kemikaliepåvirkningen på arbejdspladserne.”

Du kan se hele programmet og tilmelde dig på www.kemiensdag.dk

Kilde: *Arbejdstilsynet*.

Social kapital, er det et værktøj?

Social kapital handler om samarbejdsrelationer. En ny guide leverer værktøjer til at styrke samarbejdet på din virksomhed og dermed øge den sociale kapital.

Hvis I har lyst til at arbejde med at udvikle jeres virksomheds sociale kapital, men er i tvivl om hvordan, så er der nu hjælp at hente. Det er forsker Vilhelm Borg fra NFA, der har udviklet en guide med viden, målemetoder, øvelser og værktøjer, der kan bruges til at udvikle samarbejdet mellem ledelsen og medarbejderne på en virksomhed.

Guiden er udviklet i et samarbejde mellem Industriens Branchearbejdsmiljøråd, TekSam, Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø og Videnscenter for Arbejdsmiljø.

Hvad er social kapital?

Social kapital er værdien af samarbejds-

relationerne på en arbejdsplads. Jo bedre samarbejdet mellem de forskellige afdelinger er og mellem medarbejder og ledelse, jo højere er en virksomheds sociale kapital. Det gode samarbejde styrker nemlig kvaliteten, produktiviteten, innovationen og den generelle trivsel på arbejdspladsen, og det kan alt sammen direkte påvirke bundlinjen positivt. Forskerne skelner mellem tre former for social kapital:

Samlende social kapital – handler om relationerne i de enkelte teams. Medarbejderne har hyppig og direkte kontakt. De taler med hinanden og ser, hvad hinanden laver.

Brobyggende social kapital – er relationerne mellem teams. Medarbejderne har ofte, men ikke altid direkte kontakt. Forbindende social kapital – er relationerne mellem medarbejdere og den nærmeste teamleder og mellem medarbejdere og den overordnede ledelse.

Da de tre relationer er forskellige, skal man også arbejde forskelligt med dem og altså bruge forskellige værktøjer.

Du kan læse mere om guiden hos I-BAR.

Kilde: *Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø*.

Med babyen som boss

Lad babyen være udgangspunktet for jeres planlægning af et graviditetsforløb på jeres arbejdsplads, det foreslår Grafisk BAR. En graviditet skaber ofte tvivl hos både medarbejder og chef. Hvordan skal man håndtere situationen på arbejdspladsen? Hvilke hensyn skal der tages? Hvilke muligheder og rettigheder har parterne? Men uanset hvilken type virksomhed eller hvilken størrelse virksomheden har, så kan hensynet til babyen være et godt udgangspunkt for jeres planlægning af forløbet. I pjecen Baby er Boss kan I hente inspiration til jeres løsning.

Du kan også læse om Karinas forløb på B.T., som viser, hvordan de håndterede nyheden om, at babyen indtager chefstolen.

”Det var rart at få det sagt”

Af Pia Olsen/Citat.

På Karina Svendsgaards arbejdsplads var de helt klar, da hun kom og fortalte, at hun var gravid. Og der var ingen slinger i valsen, da hendes forløb frem mod barsel skulle planlægges.

”Tillykke” var chefens første ord, da journalist Karina Svendsgaard fortalte, at hun var gravid. Det var i den traditionelle tolvte uge, hun valgte at informere arbejdspladsen om de lykkelige omstændigheder.

”Egentlig havde jeg ikke været nervøs

over at sige det, for vi er en stor arbejdsplads, så vi er vant til at håndtere, at folk går på barsel. Jeg fornemmede også oprigtig glæde fra min chefs side, og det var dejligt. Men selvom jeg ikke havde været nervøs for at sige det, så føltes det alligevel rart at få det sagt,” fortæller Karina Svendsgaard, der efterfølgende også kunne få lov at dele sin glæde med kollegerne.

Styr på vagtplanen

Første skridt på vejen frem til barsel var at give vagtplankoordinatoren besked om, at hun skulle på barsel.

”Min chef havde informeret vagtplankoordinatoren, og hun kom så efterfølgende ned og spurgte til mine ønsker.

Det var også hende, der sendte mig videre til HR, som utrætteligt har svaret på mine mange spørgsmål vedrørende barsel. HR personen kom også af egen drift og foreslog en snak på tomandshånd, hvor hun forklarede nogle af de lidt mere komplicerede regler for mig,” fortæller Karina Svendsgaard, der bekymrede sig om den redaktion, hun sad på.

”Jeg er en del af en gruppe på fire personer, så det vil virkelig kunne mærkes, når jeg går fra. Jeg har jo selv prøvet det, så jeg ved godt, at det ikke er ideelt at mangle en medarbejder. Der skal jo leveres det samme uanset hvad,” siger Karina Svendsgaard.

Opsparet goodwill

Som en del af graver-gruppen på B.T. har Karina Svendsgaards arbejdsliv været præget af lange arbejdsdage og travle perioder.

”Jeg er begyndt at passe bedre på mig selv. Jeg går til tiden og sørger i det hele taget for ikke at blive for stresset. Jeg kan også mærke, at jeg har behov for at rejse mig og få frisk luft engang imellem. Og det tager jeg mig friheden til. Jeg oplever det ikke som noget problem, og jeg tror ikke, det er noget, folk ser skævt til. Når man ikke har børn og forpligtelser, så lægger man af og til mange timer i sit arbejde, og jeg har følt, at jeg har haft opsparret lidt goodwill, jeg kunne trække på, når jeg for Gud ved hvilken gang skulle til ekstrascanning, jordemoder, egen læge osv.,” siger Karina Svendsgaard.

Kollegerne bakker op

Karina Svendsgaard har gennem hele forløbet følt sig godt behandlet af både kolleger og chef.

”Når jeg har talt med HR, har der altid været god tone. Jeg har slet ikke fået indtryk af at være til besvær. De har stået til rådighed og efterkommet alle mine ønsker. Men vi er også en stor arbejdsplads, hvor de er vant til at håndtere det. Mine kolleger har heller ikke brokket sig på nogen måde. Faktisk er det ofte dem, der siger, at jeg skal passe på mig selv. På en måde er min graviditet blevet et slags værn mod for meget stress, både fordi jeg passer bedre på mig selv, men også fordi mine kolleger passer på mig. Det føles trygt,” siger Karina Svendsgaard.

Projekter man går glip af

Der er projekter, man går glip af, når man har annonceret en snarlig barsel. ”Der er projekter, jeg går glip af. Jeg bliver ikke sat på projekter, der skal færdiggøres i løbet af efteråret. Det kan godt føles lidt mærkeligt, men sådan er det. Jeg har jo lige et andet projekt, der skal landes,” slutter Karina Svendsgaard.

GRAFISK BARS FORSLAG TIL GRAVIDITETSPOLITIK:

Virksomheden undersøger den gravides arbejdsplads med henblik på afhjælpning og eventuelle forbedringer. Nødvendige ændringer på arbejdspladsen foretages hurtigst muligt. Hvis muligt aftales og udarbejdes instruktioner om særlige forholdsregler i den gravides arbejdsrutine.

Hvis arbejdspladsen er uegnet, kan omplacering blive aktuel alt efter realistiske muligheder og ønsker fra den gravide. Arbejdspladsen må forvente en positiv indstilling fra den gravides side i forhold til en midlertidig omplacering.

Kolleger er indforståede med at være fleksible og hjælpe til, at omplacering af en gravid kollega forløber så let som muligt. Medarbejderne forventes generelt at være særligt opmærksomme på gravide kollegers behov.

Gravide pålægges ikke overarbejde.

Gravide pålægges ikke nat- og skifteholdsarbejde.

Gravide får nødvendige pauser.

Gravide sikres mulighed for at kunne spise regelmæssigt.

Kilde: Grafisk BAR Baby er Boss. www.grafiskbar.dk



Nye regler for elektroniske cigaretter

De elektroniske cigaretter, som nogle rygere har tyet til efter at rygeforbudene har bredt sig, er nu blevet omfattet af nye regler.

Fra juni 2016 skal alle arbejdspladser og steder hvor offentligheden har adgang, have formuleret en skriftlig politik for e-cigaretterne. Den skal blandt andet indeholde klare regler for, om man må dampe, og hvor man må dampe, på arbejdspladsen. Reglerne skal være tydelige og kommunikeres til alle på arbejdspladsen, også gæster.

Og så er det ikke længere tilladt at dampe på sin elektroniske cigaret, hvor der er børn og unge under 18 år. Eksempelvis i institutioner, ungdomsfængsler og klubber.

Hvis du har spørgsmål om reglerne for elektroniske cigaretter kan du kontakte Arbejdstilsynet.

Kilde: Arbejdstilsynet.

Hyppige afbrydelser er godt

For meget stillesiddende arbejde er ikke godt for kroppen, det er efterhånden en kendsgerning, som de fleste er bekendte med. Men i et nyt studie af stillesiddende arbejde og de gener, som det medfører, gør forskerne opmærksomme på, at det ikke kun er kontorfolket, der har stillesiddende arbejde. Rigtig mange medarbejdere i produktionen, i transport og i byggeri sidder meget ned i løbet af dagen, og i kombination med at sidde meget ned i fritiden bliver det til mange stillesiddende timer. Mange medarbejdere oplever da også gener som smerter i skuldre, nakke og hovedpine. Det nye studie viser, at smerterne kan mindskes ved at bevæge sig med kortere intervaller. Studiet viser nemlig, at der er stor forskel på, hvor mange smerter medarbejderne oplever, når de bevæger sig med 5 minutters intervaller i forhold til, når de bevæger sig med 20 minutters intervaller.

Bag undersøgelsen står Professor Andreas Holtermann fra Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø.

Kilde: NFA

Forandringer kræver kommunikation

Gennemgår en arbejdsplads store forandringer og føler medarbejderne sig dårligt informerede om hvad der skal ske, kan det meget hurtigt føre til utryghed og dårligt trivsel på en arbejdsplads. Det er konklusionen på en ny stor forskningsoversigt, hvor man har kigget på 39 forskellige internationale studier, der har målt trivslen hos medarbejderne før, under og efter en stor forandringsproces. Studierne viser også at god kommunikation hele vejen i forløbet, gør det nemmere for medarbejderne at håndtere forandringsprocessen. Føler medarbejderne sig inddraget i processen, lyttet til og retfærdigt behandlet vil det forbedre trivslen.

Individuelt er der naturligvis forskel på, hvordan vi håndterer forandringer på vores arbejdsplads, men meget tyder på, at jo højere status man har i virksomheden, jo nemmere har man ved at håndtere forandringer. Det er medarbejderne nederst i hierarkiet, der finder det sværest at tackle den usikkerhed, som følger med forandringer. Og det er uanset om forandringerne handler om, at der bliver færre medarbejdere, der skal løbe stærkere, eller om det bare er en omlægning af en arbejdsdag.

Kilde: Videnscenter for Arbejdsmiljø.