

## Temabrev: Sikkerhedskulturen styrket på Rødkærsbro Mejeri

Mejeriindustriens Arbejdsmiljøudvalg (MIA) iværksatte sammen med bl.a. ALECTIA A/S et projekt med det mål at afprøve metoder til at højne sikkerhedskulturen på et mejeri.

Projektet bestod af flere dele, hvor vi i dette temabrev vil fokusere på effekten af kampanjer til at ændre adfærd i ledelsen og hos medarbejderne.



### Rødkærsbro Mejeri på banen

Rødkærsbro Mejeri ville gerne deltage i projektet, og vi startede den 4. marts 2008 med det første møde. Projektet blev afsluttet i december 2008.

Rødkærsbro ville rette en indsats på den sikkerhedsmæssige adfærd i Osteriet og Blokpakkeriet pga. for mange arbejdsulykker i 2007. Derfor blev samtlige ledere og medarbejdere i afdelingen udpeget som målgruppe for projektet. Kampanjerne blev udformet, tilpasset og iværksat i tæt dialog mellem ledelse, sikkerhedsrepræsentanter og konsulenter.

### Kampagne I

Denne kampagne var rettet mod ledergruppen, fra holdledere i Osteriet og Blokpakkeriet op til Mejeri-chefen.

Kampagnen blev sat i gang med et kick-off møde med lederne, hvor man aftalte, hvad alle ville gøre anderledes under kampagnens fire uger. Ledergruppen ville være rollemodeller for medarbejderne og i øget grad henvende sig til personalet, hvis nogle udviste en uhen-

sigtsmæssig adfærd. De ville også ændre arbejdsgangen omkring rengøring ved at involvere medarbejderne. Formålet var at tilrettelægge arbejdsgangen, så den minimerede stress og reducerede medarbejdernes risikable adfærd.

Kampagnen varede fire uger, og evalueringen viste flotte resultater. Medarbejderne oplevede, at ledelsen i højere grad vægtede sikkerheden, påpegede uhenigtsmæssig adfærd og satte mere handling bag ordene. Dog påpegede de et kendt dilemma i branchen, nemlig første linieledernes dilemma med at nå produktionstal og samtidig sikre, at arbejdet udføres sikkerhedsmæssigt forsvarligt. Ledergruppen drøftede efterfølgende dette punkt.

### Kampagne II

Kampagne II var rettet mod medarbejderne i Osteriet og Blokpakkeriet. Fokus var på ændring af adfærd og ikke på de maskintekniske forhold. Mejeriet havde i forvejen ud fra risikovurderinger udarbejdet handlingsplaner på dette område.

Kampagnen var en konkurrence. Medarbejdere kunne hver uge komme med forslag til, hvordan arbejdsgange, procedurer mv. kunne ændres for at øge sikkerheden og reducere risikabel adfærd.

Da kampagnen blev sat i gang, skete det med både avis- og radioomtale i lokalområdet. Dette

skete for at øge medarbejdernes motivation for at deltage i kampagnen samt udbrede det gode budskab på resten af mejeriet.



Kampagnen varede 4 uger. Hver uge blev de 3 bedste forslag præmieret med biografbilletter. Konkurrencen var med til at skærpe medarbejdernes opmærksomhed på sikkerhed.

Evalueringen viste, at også denne kampagne var en stor succes. Både medarbejdere og ledere fortæller: "Det er blevet en kultur nu. Det er blevet indarbejdet, så der skal ikke så meget til". Medarbejdere supplerer yderligere: "Vi har fået en holdning til at tage færre risici".

### Sikkerhedskulturen styrket

Kampanjerne har haft god effekt til at skabe og fastholde fokus på god adfærd i ledelsen og hos medarbejderne. Rækkefølgen på kampanjerne har været udslagsgivende for succesen. Endvidere ser ALECTIA også, at ledelsens motivation og villighed til at lægge ressourcer i forløbet har været afgørende sammen med en allerede i forvejen velfungerende sikkerhedsorganisation. Samarbejdet mellem sikkerhedsrepræsentanter og ledere på flere niveauer i Osteriet og Blokpakkeriet har også været en væsentlig grund til succesen med tiltagene. Sikkerhedsrepræsentanter og ledere har brugt meget tid på at engagere og motivere medarbejderne samt iværksætte tiltag udsprunget af kampanjerne.



Mejeriet har i 2008 haft andre projekter og tiltag i gang, heriblandt implementering af Lean. Det er lykket mejeriet at øge deres omsætning i denne periode, selvom medarbejderne har oplevet en mindre stressende hverdag.

Er I interesseret i at høre mere om projektet på Rødkærsbro Mejeri, eller hvordan I kan få sikkerhedskulturen styrket hos jer, så kontakt konsulent Erik Nichum på tlf. 30 10 96 54 eller mail [ern@alectia.com](mailto:ern@alectia.com)