

SIKKERHED TAGER TID – MINDRE END ET MINUT

Oplever I, at antallet af hånd- og fingerskader om bord er uacceptabelt højt? SEAHEALTHs kampagne ”Sikkerhed tager tid – mindre end et minut” har fokus på netop disse skader, og kunne derfor være af interesse for jer.

Gennem inddragelse af alle om bord i et fælles læringsforløb og en fælles vidensopbygning kan antallet af hånd- og fingerskader reduceres. Kampagnen fokuserer på de ikke-tekniske sikkerhedsaspekter i ulykkens opståen. De tekniske sikkerhedsaspekter om bord skal naturligvis være i orden, men følgende fem menneskelige aspekter er mindst lige så vigtige – og er derfor omdrejningspunktet i kampagnen og læringsforløbet:



1. Stop og tænk

Rutiner er gode, fordi de gør det lettere at udføre opgaver hurtigt og effektivt. Men de er samtidig også farlige, fordi man handler vanemæssigt – før end hovedet har gennemtænkt handlingen. Her er kampagnebudskabet, at man skal stoppe op og tænke sig om.



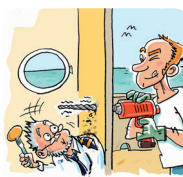
2. Vurder arbejdet

Mange mener, at såfremt man altid skal forebygge ulykker – i enhver situation – vil man aldrig få lavet noget arbejde. Og desuden ”sker det nok ikke for mig”. Her er kampagnebudskabet, at man skal stoppe op og vurdere arbejdet i forhold til, hvad der muligvis kan gå galt – og hvor galt det kan gå.



3. Siden sidst

Man udfører én af de mange, gentagne rutineopgaver, på præcis samme måde hver gang. Men måske har forholdene omkring opgaven ændret sig? Her er budskabet, at man skal stoppe op og vurdere arbejdet, siden sidste gang man udførte det.



4. Andres sikkerhed

Man er uforvarende årsag til, at en kollega kommer til skade. Eller værre: man gør ikke en kollega eller overordnet opmærksom på dennes sikkerhedsfarlige adfærd over for sig selv eller andre. Her er kampagnebudskabet at man skal stoppe op og tænke sig om i forhold til andres sikkerhed.



5. Lad dig ikke friste

Sikkerhedsforanstaltninger så som lovkrav, politikker, procedurer, checklister, risk assessments, tekniske tiltag og personlige værnemidler kan opleves som tidsrøvere, og er derfor fristende at droppe, når man har travlt. Her er budskabet, stop op og lad dig ikke friste til at tage genveje i forhold til sikkerheden, fordi du har travlt.

Disse fem trin er udviklet af senior arbejdsmiljøkonsulent Bo Jacobsen, SEAHEALTH, og bygger på samtaler og erfaringer med ombordværende. SEAHEALTHs kampagnetilbud til jer omhandler og stiller skarpt på disse fem aspekter.

Men kan rederiet ikke blot sende de fem budskaber ud til skibene med krav om, at budskaberne udføres og efterleves? Jo, det er naturligvis muligt, men erfaringer viser, at forståelsen af, hvorfor ændringer er nødvendige samt oplevelsen af at være inddraget i beslutningsprocessen begge er væsentlige elementer for vores deltagelse i og accept af forandringer; at vi tager ejerskab i forhold til forandringer. Kampagnen er således betinget af, at alle ombordværende deltager.

Hvilken effekt kan der så forventes?

Et lavere antal skader, med de der af følgende menneskelige, økonomiske tab og arbejdsproduktivitet. Og ikke mindst en ændret sikkerhedskultur, der forbygger at skader opstår.

Hvad kræver det af ressourcer fra jeres rederi?

- Det kræver, at én person er tovholder fra start til slut af kampagnen. Tovholderen skal opsamle og videregive resultater, fra - og til - de enkelte skibe.
- At der afsættes tid, således at alle ombordværende kan deltage i indsatsen. Hvor lang tid kampagnen skal køre i rederiet og på det enkelte skib afhænger af jeres konkrete behov og ønsker.

SEAHEALTHs tilbud består af:

- Hjælp til at komme i gang.
- Skriftligt materiale, som vi - i samarbejde med rederiet - tilretter behovene på jeres skibe.
- Telefonisk eller personlig support under forløbet - fra start til slut (SEAHEALTH tager dog forbehold for meget omfattende supportopgaver, hvor der må aftales en pris for ekstra bistand).

Anna Birkemose er SEAHEALTHs kontakt i relation til tilbuddet, og hun kan kontaktes på ab@seahealth.dk