

## Werkt de arbocatalogus?

# Niet duwen maar trekken

Draagt de arbocatalogus daadwerkelijk bij aan een hoger beschermingsniveau? Maken MKB-bedrijven er gebruik van? En vooral: raadplegen leidinggevenden en eventueel ook medewerkers de arbocatalogus?

tekst Joanne Kloosterboer, Kees Peereboom en Brenda de Jong

**E**ind 2009 had de Arbeidsinspectie 69 arbocatalogi positief getoetst en zaten er nog een stuk of 30 in de pijplijn. Dat betekent dat veel branches in de afgelopen periode – al dan niet gelokt door subsidie – bezig zijn geweest met het maken van een arbocatalogus. In dit artikel maken we de tussenstand op. Waar staan we nu en wat staat ons te doen om te komen tot verdere verbeteringen in bedrijven? Ofwel: hoe komen we tot een arbocatalogus die werkt?

### Herkenbaarheid

Of gebruikers een arbocatalogus hantieren of niet, hangt sterk samen met de manier waarop ze zich aangesproken voelen. Waren zij vanaf het begin betrokken bij het maakproces? Bepaalden zij zelf voor wie en op welke manier de arbocatalogus toegankelijk zou zijn? Deze input draagt in belangrijke mate bij aan de herkenbaarheid van de arbocatalogus. Als dergelijke stappen niet zijn gezet kan het zomaar gebeuren dat bedrijven en

hun medewerkers zich in het geheel niet uitgenodigd voelen om de arbocatalogus te gaan gebruiken. Of, en dit komt ook voor, men weet niet van het bestaan van de arbocatalogus. Met name in branches waar men met prioriteit de subsidie heeft veiliggesteld, is vaak minder oog voor de gebruikers. Dat kan tot achterstanden leiden in vergelijking met branches waar wel

## Praktijkervaringen

Rene van den Burg van Werkgevers in de Sport (WOS) vertelt: "Wij hebben ons in een drietal rondes door gebruikers laten adviseren. Als sociale partners vonden we elkaar snel toen we eenmaal de behoeften van gebruikers in kaart hadden gebracht. We hebben deze unaniem overgenomen inclusief een nieuw onderwerp, vervoer, dat is uitgewerkt in de catalogus. Zelf was ik erg verrast door dit nieuwe onderwerp." (zie [www.w-o-s.nl](http://www.w-o-s.nl))

Arjan Hess van de organisatie voor de Nederlandse Zuivelgroothandels over de Arbocatalogus Kaaspakhuizen ([www.werkenkaas.nl](http://www.werkenkaas.nl)): "Bij ons zat in de klankbordgroep, naast deskundigen uit de bedrijven, een aantal productie-medewerkers. Deze medewerkers gaven aan vooral in de arbocatalogus te willen kijken om een oplossing te vinden voor hun specifieke klachten. Naast de normale zoekmogelijkheden over processen of rondom afdelingen, kun je nu dus ook zoeken op gehoorklachten, vermoeidheid of rugklachten."





Medewerkers in kaaspakhuizen denken mee over arbocatalogus.

## Arbocatalogi kennen nauwelijks koppelingen met de RI&E

vanaf het begin gebruikers zijn betrokken. Gebruikers die bij het maakproces betrokken zijn geweest, zullen zich meer uitgenodigd voelen om de arbocatalogus te gebruiken. De vraag rijst vervolgens of dat zich ook vertaalt in betere resultaten, maar dat valt nog niet te zeggen omdat de meeste catalogi net een jaar oud zijn of zelfs nog jonger. Wel is het duidelijk dat branches in de vervolgfase worstelen met de vraag hoe ze de arbocatalogus in de bedrijven over de bühne krijgen. Het is verder opvallend dat arbocatalogi nog niet of nauwelijks koppelingen met de RI&E kennen. Ook op dit punt kunnen branches het bedrijven gemakkelijk maken.

### Ongevraagd advies

Het lijkt er sterk op dat het maakproces – voornamelijk vormgegeven door sociale partners en deskundigen – in veel gevallen nog te weinig heeft geleid tot samenwerking met de praktijk in de bedrijven. Er is vaak gekozen voor een *push-strategie*: een aanpak waarbij management en beslissers – met de beste bedoelingen – oplossingen ‘de branche in schuiven.’ De beoogde ontvanger kan zich dan – als hem de informatie bereikt – afvragen welk belang hij daarbij heeft. Iedereen heeft wel eens ervaren hoe het is om veel en hardnekkig ongevraagd advies te krijgen, bijvoorbeeld over stoppen

met roken, gezonder leven of andere zaken die je van de goedbedoelende adviesgever vooral moet doen. Het risico van ongevraagd advies is dat je minder goed luistert. De push-aanpak brengt dan ook het risico met zich mee dat bedrijven en medewerkers zich niet herkennen in het inhoudelijke resultaat. Het gevoel van ‘dit is onze arbocatalogus’ is dan niet aanwezig, terwijl dat gevoel wel van cruciaal belang is voor succes in de praktijk. Daar waar het zich voordoet, ontstaat de uitdaging om in de implementatie de arbocatalogus wel ‘van ons’ te maken. Dan komt het er op aan: gaan degenen voor wie de arbocatalogus bedoeld is er daadwerkelijk gebruik van maken?

### Pull-strategie

Wilt u als branche of bedrijf zicht krijgen op de vraag hoe het ervoor staat met de invoering of implementatie? Beantwoord dan de vragen in de ‘Werkt ie?’ check’ (zie tabel 1). Met de antwoorden heeft u een eigen mini diagnose ‘Werkt ie?’ die u op »



Gebruikers in sportorganisaties aan de slag.

## Daag gebruikers uit aan de slag te gaan

weg kan helpen bij het invoeren van de arbocatalogus in bedrijven. De uitkomsten van de check laten zien in hoeverre uw branche al succesvol is met haar implementatie. Zo kan een branche haar eigen inspanningen tegen het licht houden en ziet u op eenvoudi-

## Implementatie

De Stichting van de Arbeid (STAR) wil vanaf 2010 meer aandacht gaan besteden aan implementatieprojecten. Dit is toe te juichen omdat deze steun kunnen bieden waar het nodig is. De STAR denkt aan bijeenkomsten voor werkgevers, werknemers en werkgeversvertegenwoordigingen, aan regio-bijeenkomsten en aan adviseurs die bedrijven helpen om oplossingen daadwerkelijk in te voeren. Doel is om de resultaten als goede praktijken zichtbaar te maken in de arbocatalogi. De STAR is van plan om hiervoor in 2010 subsidie beschikbaar te stellen. Wij raden u aan voor de actuele stand van zaken de website [www.stvda.nl](http://www.stvda.nl) te raadplegen.

ge wijze of gebruikers in de bedrijven al dan niet aan de slag zijn. Voor het raadplegen van gebruikers is het stellen van de vragen uit de check gelijk een eerste stap in de implementatie.

Bij de implementatie zou de branche niet langer het voortouw moeten nemen via een push-strategie in de vorm van éénrichtingsverkeer door het geven van informatie en voorlichting over de catalogus vanuit de branche naar de gebruikers. Begin eens andersom: bij een *pull-strategie*. Nodig – en daag! – gebruikers uit aan de slag te gaan met de oplossingen uit een arbocatalogus. Ga naar belangstellende bedrijven toe – of nodig ze uit voor een gezamenlijke uitwisseling – en schep een stimulerende omgeving om zelf en onderling aan de slag te gaan. Creëer bijvoorbeeld een (digitaal) podium, waarbinnen gebruikers onderling ervaringen en activiteiten uit kunnen wisselen. Zorg voor (communicatie)expertise op brancheniveau, die mee kan denken bij de concrete vormgeving in bedrijven en de overdracht naar andere bedrijven. Beloon gebruikers die met goede praktijken of oplossingen komen

door deze een plaats te geven in de catalogus. Geef de arbocatalogus gezichten en laat collega's Youtube-achtige filmpjes insturen met oplossingen die werken. Ga ook na of het mogelijk is het onderhoud van de arbocatalogus of de koppeling met de RI&E te organiseren door gebruikers input te laten geven. Al doende kan zo een vliegwielerwerking ontstaan. Toegegeven, het wisselen van strategie is niet makkelijk; het vraagt een verleidingsstrategie die begint bij het genereren van aandacht. Maar de kans is groot dat het wel gaat leiden tot betere resultaten voor bedrijven en medewerkers. «

**Joanne Kloosterboer** is partner en adviseur in DEXIS Arbeid.

**Kees Peereboom** is directeur en senior adviseur bij vhp ergonomie.

**Brenda de Jong** is als zelfstandig adviseur bij diverse trajecten arbocatalogi betrokken.

Zij nemen deel in het netwerk van De Goede Praktijk, dat is gespecialiseerd in het maken en implementeren van Arbocatalogi.

[www.degoedepraktijk.nl](http://www.degoedepraktijk.nl)

Tabel 1: De 'Werkt ie?' check

Vragen voor branchevertegenwoordigers en makers	Vragen om voor te leggen aan gebruikers
<p><b>Arbocatalogus beschikbaar via een website</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weet u het aantal hits van het afgelopen jaar?</li> <li>- Weet u welke pagina's bezocht zijn?</li> <li>- Zijn er favoriete oplossingen?</li> <li>- Hoeveel doorlinks zijn er naar uw arbocatalogus?</li> <li>- Hoeveel reacties uit het veld krijgt u? Via de site?</li> </ul> <p><b>Papieren versie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe is de verspreiding geweest?</li> <li>- Welke doelgroepen zijn daarmee bereikt?</li> <li>- Is er vraag naar exemplaren?</li> <li>- Kunt u in twee zinnen uitleggen waarom de arbocatalogus niet digitaal beschikbaar is?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bent u bekend met de arbocatalogus?</li> <li>- Zo ja, werkt u ermee?</li> <li>- Maakt u daadwerkelijk gebruik van de oplossingen?</li> <li>- Zo nee, waarom niet?</li> <li>- Zo ja, werken de oplossingen voor u?</li> <li>- Heeft u in uw bedrijf bekendheid gegeven aan de arbocatalogus?</li> <li>- Wie raadpleegt de arbocatalogus? (bijvoorbeeld preventiemedewerker, leidinggevende, P&amp;O, medewerker, directie)</li> </ul>