



Fallskyddskampanj 1999

Byggbranschens fallskyddskampanj
genomförd av Galaxens ByggPiloter

Ett samarbete mellan branschens parter,
Arbetarskyddsnämnden, AMF Försäkring
och Galaxen

Innehåll

1. Uppdraget
2. Projektstart
3. Genomförande
4. Resultat/statistik
5. Slutsatser
6. Ekonomisk rapport

Bilagor

Tablå med redovisning kategorier och totalt
Skriftliga redovisningar från länen
Fallskyddsutbildningen på Marholmen
Fallskyddsbroshyr
Lista fallskyddsutrustning

Förord

Om man studerar den statistik som Arbetarskyddsstyrelsen sammanställer kan man konstatera att byggbranschen är överrepresenterad när det gäller fallolyckor.

Trots att bransch och samhälle under många år gemensamt satsat stora resurser på att bringa ned de höga skadetalen, med både mänskliga och ekonomiska förluster som följd, tycks det vara mycket svårt att få en förbättring till stånd.

Väl medveten om problematiken omkring fallolyckor vände sig Arbetarskyddsnämnden till byggbranschens parter i syfte att diskutera problemen med de alltför många fallolyckorna.

Som en följd av detta har Galaxens Byggpiloter på uppdrag av parterna, Arbetarskyddsnämnden och med finansiering via AMF Försäkring genomfört en fallskyddskampanj hösten 1999.

I Galaxens verksamhet finns de s.k. Byggpilot-projektet. Byggpiloterna är yrkesarbetare med lång erfarenhet av byggbranschen och som av olika skäl ej kan fortsätta i sitt yrke. De har via Galaxen erbjudits rehabilitering och erhållit utbildning för att kunna informera forna yrkeskollegor om hur man undviker skador genom att använda ergonomiskt väl utformade arbetsredskap.

CentralGalaxen presenterar härmed det material som redovisats till kansliet från kampanjen, och vill samtidigt tacka alla inblandade parter för visat förtroende och som på ett förtjänstfullt sätt bidragit till kampanjens genomförande. Ett speciellt tack riktas till alla projektledare och Byggpiloter/Informatörer runt om i landet.

Stockholm i februari 2000

Sven Roos
Projektledare

1. Uppdraget

Galaxens uppdrag att genomföra en fallskyddskampanj emanerade ur en framställning som Arbetarskyddsnämnden och AMF Försäkring gjorde hos byggbranschens parter 1997 angående ett mera aktivt förebyggande arbete. En särskild fokusering på fallrisker skulle göras.

Byggindustrins Centrala Arbetsmiljöråd (BCA) beslöt därför att vända sig till Galaxen för att med hjälp av dess s k Byggpiloter genomföra ett informationsprojekt om hur man undviker fall.

Eftersom byggpiloterna vid den tidpunkten fortfarande var i inledningen av sitt informationsprojekt rörande verktyg och hjälpmedel, beslöt man att avvakta med igångsättandet av en ny kampanj.

En gemensam ansökan undertecknad av byggbranschens samtliga parter om projektfinansiering insändes till AMF i oktober 1998. Projektet beviljades ett anslag om 3,7 mkr.

2. Projektstart

För att dels på bästa sätt nå ut med information inom respektive organisationer och kunna diskutera strategier för informationsprojektet inrättades en central styrgrupp. Dessutom har det i varje län inrättats en lokal projektgrupp med en ansvarig projektledare med huvudsaklig uppgift att bana väg för fallskyddsinformation och att boka in tid och plats för informationen.

Den centrala styrgruppen för fallskyddskampanjen har bestått av följande personer och organisationer:

Michel Normark	AMF Försäkring
Erik Jonsson	Arbetarskyddsnämnden
Kjell Johansson	Byggnads
Börje Hammarström	Ledarna
Stefan Wiberg	Målareförbundet
Bo Tengblad	Sveriges Byggindustrier
Sven Åkesson	SEKO
Arne Berg	CentralGalaxen, ordförande
Gad Löfstrand	CentralGalaxen, projektledare
Sven Roos	CentralGalaxen, projektledare

Samtliga byggpiloter (18man) samt två informatörer kallades att genomgå utbildning för sitt uppdrag. En intensiv utbildningsvecka genomfördes i april 1999. Byggpiloterna fick då möjlighet att delta i utformningen av det informationsmaterial som skulle användas på arbetsplatserna. En informationsbroschyr har tagits fram (se bilaga) och vidare har ett blädderblocks-och OH- material producerats.

För att ge publicitet åt kampanjen har media på olika sätt informerats. Bedömningen är att bra utrymme lämnats i både fack- och dagspress.

3. Genomförande

Den lokala projektledningen har haft en viktig roll i kampanjen. Att boka in informationsträffar utan att orsaka alltför stora störningar i produktionen har varit grannlaga. Det har varit viktigt för informatören att allt är förberett på en arbetsplats då han kommer med sitt viktiga budskap. I de allra flesta fallen har informationen getts i anslutning till byggarbetsplatsernas raster. Vid andra tillfällen har man träffat produktionspersonalen vid företagets förråd. När det gäller småföretag och mindre arbetsplatser har man på sina håll samlat personal från dessa till gemensamma träffar. Det har också varit viktigt att nå även dem som ej haft arbete. Detta har skett på de möten som Arbetsförmedlingen kallat till. Eleverna på gymnasieskolans BA-linje har också varit en viktig målgrupp och betydande informationsinsatser har gjorts i skolorna.

Informationen har getts med hjälp av det speciellt framtagna materialet som bestått av statistik och illustrationer om fallrisker och fallolyckor. Vidare har informatören/byggpiloten medfört och demonstrerat olika typer av utrustning som finns att tillgå för att förhindra fall eller tillbud. En lång rad tillverkare av dylik utrustning har välvilligt ställt sina produkter till vårt förfogande.

4. Resultat/statistik

Drygt 24300 personer med anknytning till byggbranschen har nåtts av den direkta informationen från informatörerna. Om

man beaktar att, man teoretiskt har möjlighet att nå ca 100000 av produktionspersonalen i företag anslutna till de organisationer som står bakom projektet, får resultatet betecknas som mycket gott, inte minst i beaktande av den korta projekttiden. Kampanjen har dessutom haft ett bra genomslag i både press och etermedia. Ett riktigt bra mått på kampanjen är naturligtvis att vi framöver får bättre olyckstal. Om informationen förhindrat uppkomsten av en enda dödsolycka har vi lyckats väl.

En ytterligare effekt av fallskyddskampanjen är att den utrustning man visat under kampanjen även fortsättningsvis finns med i den utrustning som piloterna visar på arbetsplatserna. Det betyder att fallskyddsinformation kommer att ges även framgent.

5. Slutsatser

Eftersom Byggpiloterna under den korta tid de varit verksamma lyckats etablera sig som goda informatörer på byggarbetsplatserna, har valet av denna kategori som ”verktyg” i fallskyddskampanjen varit lyckad. Med fallriskerna som budskap har det varit relativt lätt att få tillträde till arbetsplatserna.

Den information från fältet som kommit projektledningen till del säger att kampanjen varit absolut nödvändig. Trots all den information som genom åren spridits i ämnet har en stor okunnighet kommit i dagen, särskilt vad gäller personlig fallskyddsutrustning. Fallskyddsvästar och selar har rönt stor uppmärksamhet.

En viktig komponent i kampanjen har varit att tala om attityder. Därför har informationer på gymnasieskolans BA-linjer haft hög prioritet. De byggnadsarbetare som är på väg in i branschen måste påverkas redan i skolan.

Det är vår förhoppning att initiativtagarna till kampanjen är tillfreds med de uppnådda resultaten och att Galaxenorganisationen även i fortsättningen ska kunna utnyttjas för informationsuppdrag inom arbetsmiljöområdet.