

De evolutie van hygiëne en veiligheid

Stof tot nadenken

Een betere hygiëne op de werkvloer verhoogt het arbeidsethos en laat het ziekteverzuim dalen. Maar de theorie laat zich niet altijd even makkelijk naar de praktijk vertalen. Bedrijven stellen andere prioriteiten, terwijl het een kleine moeite is om bijvoorbeeld handhygiëne op de kaart te zetten. Aan schoonmaakorganisaties de taak om bedrijven te adviseren, vindt Ernst-Jan van der Graaf, directeur van Uniqcare.

Kreten als nieuwe beeldvorming, meer exposure en *corporate branding* komen steeds vaker voor in de dagelijkse bedrijfsvoering van organisaties. Heisessies en strategische meetings zijn plekken waar deze onderwerpen worden gepredikt: we moeten vooroplopen, ons onderscheiden en beter en slimmer zijn dan onze concurrenten.

Het past in een tijd waarin we steeds meer aandacht hebben voor individuele ontwikkeling en ons onderscheidend vermogen. Directies zijn hard op weg om hun bedrijf elke dag te verbeteren en het liefst opnieuw uit te vinden. Dat is een goede ontwikkeling die bijdraagt aan verduurzaming en innovatie; belangrijke pijlers van het bestaansrecht van elk bedrijf. Stilstand is achteruitgang en dat wil niemand.

Maar hoe zit het met de werknemers? Hoeveel aandacht is er voor hen bij de vernieuwingsplannen? Denkt de directie bijvoorbeeld na over het creëren van een veilige, hygiënische werkplek? Een omgeving waar je niet bang hoeft te zijn dat op elke deurklink een verkoudheid of buikgriep op de loer ligt. Geldt daar ook het eerder benoemde onderscheidend vermogen? Veel werknemers – doorgaans fulltimers – brengen op hun werkplek meer tijd door dan thuis. Een gezonde werkplek waar creativiteit en concentratie maximaal tot hun recht komen, is dan wel zo prettig. In de 22 jaar dat ik in de facilitaire sector werk, kan ik concluderen dat dit nog steeds onvoldoende aandacht krijgt. Opvallend

is dat er veel over geschreven wordt en dat schoonmaakbedrijven al initiatieven hebben genomen, maar van een echte doorbraak is nog steeds geen sprake.

Hoe komt dat? Het zit 'm in het feit dat het voor organisaties geen interessant onderwerp is. Het is niet zichtbaar. En alles wat onzichtbaar is, prikkelt ons onvoldoende om er écht iets aan te doen. Stel dat een matige handhygiëne fysiek zichtbaar zou zijn, dan zou het onderwerp bij alle organisaties boven aan de agenda staan. We praten gewoonweg liever over leuke dingen zoals zaken die geld opleveren of directe besparingen die de marges verbeteren.

Toch is het goed er bij stil te staan. Denk maar aan de keukentafel waar medewerkers de lunch nuttigen. Vraagt u zich weleens af of de tafel écht schoon is nadat het mufte schoonmaakdoekje er overheen gehaald is? U weet wel, dat doekje dat stijf aan het haakje hangt en na een straaltje warm water weer de vorm van een doekje aanneemt. Eerlijk? Ik denk van niet. Of wat te denken van de EHBO-doos, die ooit gevuld was met de juiste verbandmiddelen maar waar nu alleen een vergeeld doosje met oude pleisters in zit.

We zijn onvoldoende bezig met hygiëne en veiligheid. Het is een onderwerp dat tussen wal en schip is gevallen. Er wordt wel over gesproken maar het onderwerp verschuift snel naar de achtergrond door de waan van de dag. Ik moet altijd denken aan de

geveleugelde uitspraak: 'Ik drink een glas, doe een plas, pak mijn jas en alles bleef zoals het was.'

Waarom veranderen

Aandacht geven aan het thema veiligheid en hygiëne op de werkvloer loont. Het is een kwestie van de juiste stappen nemen. Daar hoort bewustwording, draagvlak en nieuwe routine bij. Bewustwording kan eenvoudig gerealiseerd worden. Een middag een aantal testen laten uitvoeren op verschillende plekken in de organisatie levert direct bewijs van de bevulde ondergrond van toilet, keuken(tafel), koffieapparaten, tosti-ijsers en toetsenborden. De resultaten kunnen door het managementteam besproken worden waarna op strategische plekken in het bedrijf bijvoorbeeld desinfectiezuilen worden geplaatst. De toegevoegde waarde van een goede hygiëne levert organisaties een reductie van (kort) verzuim en overdracht van ziektekiemen op. Daarnaast wordt bij de juiste communicatie de werknemer zich bewust van zijn eigen handelen en dit zal bij regelmatige training tot nieuwe routines leiden.

Bijvoorbeeld Amerikaanse bedrijven die in Nederland een vestiging hebben, zie je goed hoe men specifiek met handhygiëne omgaat. Het gaat niet over bedrijven die een uiterst schone omgeving nodig hebben vanwege productieprocessen van bijvoorbeeld chips, maar normale werkomgevingen waar bureau-

en administratief werk wordt verricht. Het is heel normaal dat bij binnenkomst in het gebouw de werknemers hun handen moeten desinfecteren en zij dit herhalen op het moment dat ze gaan lunchen. Een routine waar iedereen zich aan houdt en ook begrijpt waarom dit nodig is.

Vanuit de hoek van facilitair dienstverleners komt er steeds meer aandacht om handhygiëne op de kaart te zetten en te integreren binnen de dienstverlening. Ook wordt er meegedacht over bijvoorbeeld de beschikbaarheid van de juiste EHBO-middelen. Juist omdat facilitair dienstverleners bedrijven regelmatig bezoeken, kunnen ze organisaties adviseren. Binnen het thema hygiëne en veiligheid valt in Nederland nog veel te winnen en er kan gesteld worden dat deze evolutie nog niet het eindpunt bereikt heeft. Stof tot nadenken dus.

‘Hygiëne op de werkplek is een onderwerp dat tussen wal en schip is gevallen’