

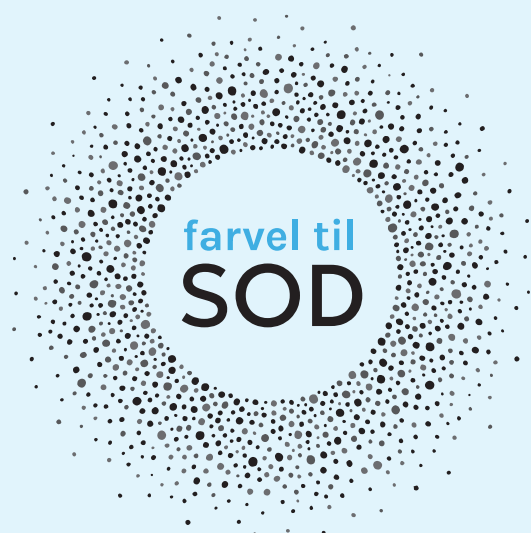


farvel til
SOD

Udvikling af en sikkerhedskultur

En adfærdskampagne påbegyndt i 2023:





Introduktion til kampagnen - begyndelsen	3
Introduktion til kampagnen - udførelsen	4
Evalueringsseminar - kampagnefeedback fra stationerne	10
Spørgeskemaundersøgelse - kampagnefeedback fra stationerne	19

Introduktion til kampagnen

- begyndelsen

Fra: "Projektbeskrivelse - Udvikling af en sikkerhedskultur", 15. marts 2023

Mål:

Målet med arbejdsmiljøindsatsen "Udvikling af en sikkerhedskultur" er en regional sikkerhedskampagne med fokus på specifikt at testprøve en ny sikkerhedskultur, hvor operativt mandskabs mindset styrkes/nudges i forhold til at undgå sod og nærkontakt med kemiske substanser før og under en indsats, så alle medarbejdere også har øje for den del af arbejdsmiljøet og ikke kun tænker i 'ren brandmand' efter en indsats.

Målet er at forebygge fysiske ulykker/skader og sygdom, men også at forebygge/mindske bekymringen for fremtidige skader/sygdom/arbejdsophør, som er en mental belastning på indsatspersonel.

Ønsker til kampagnens indhold ift. at sætte øget fokus på en forbedret sikkerhedskultur:

- Drøftelse af den rette adfærd undervejs til skadestedet
- Hensigtsmæssig placering af brandkøretøjer på skadestedet (hold afstand, vinden i ryggen, sluk ventilation og luk vinduer i kabinen, materielrummene holdes lukket)
- Hensigtsmæssig placering af mandskab på skadestedet (rene brandmænd bag køretøjet osv.)
- Markering af overgang mellem rent og urent område på skadestedet
- Markering af rensesepunkt for indsat personale på skadestedet (fugte indsatsdragt, aflægning af indsatsdragt, forsegle indsatsdragt i vaskepose, beskyttelse af "bademester" mv.)
- Markering af rensesepunkt for beskidt materiel på skadestedet (presenning til markering af placering af beskidt materiel, balje, børste, engangsforklæde, FFP3-maske, engangshandsker, sikkerhedsbriller/visir, håndtering af forurenede vand mv.)

Opgaven bliver således at understøtte tiltag à la ovennævnte, men også helt generelt at skabe en kampagne med fokus på en sikkerhedskultur før og under en brandindsats.

Introduktion til kampagnen

- udførelsen

Ud fra det foregående afsnit, hvor der blev introduceret en masse input til adfærdskampagnen, blev afsættet at dykke ned i tre fokusområder::

- At udvikle en sikkerhedskultur - at passe på sig selv og hinanden
- Adfærdsændring - nye 'huskelister'
- Fællesskab og kollegaskab - vi husker sammen

Kampagnens fundament

Fokusområder

At udvikle en
sikkerhedskultur - at passe
på sig selv og hinanden



Adfærdsændring
- nye 'huskelister'



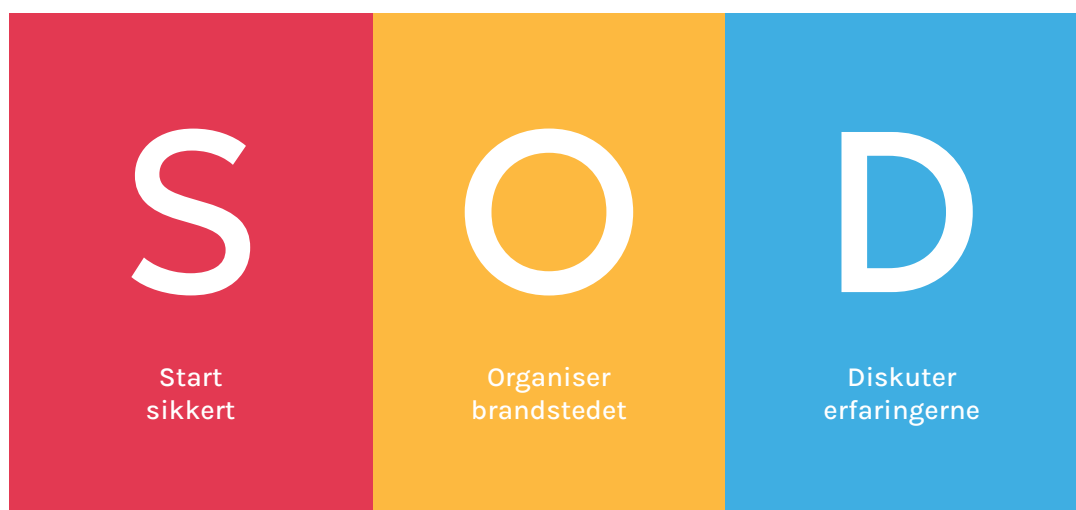
Fællesskab
og kollegaskab
- vi husker sammen



KAMPAGNENAVERN

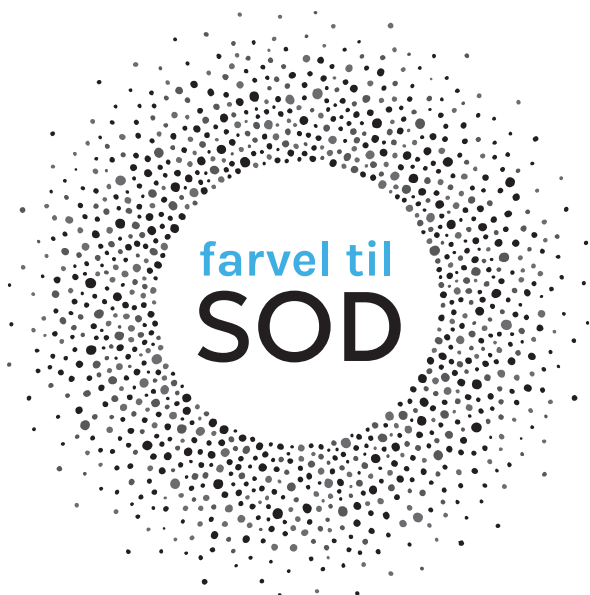
Ordlyden på kampagnen er: "Farvel til SOD" (Goddag til en ren sikkerhedskultur), hvor SOD både henviser til forurenende sodpartikler – som skal minimeres og helst helt væk, og samtidig også bliver en måde at inddele indsatsen på, i et før – under – og efter. SOD bliver derfor til **S** (start sikkert), **O** (organiser brandstedet) og **D** (diskuter erfaringerne).

Ønsket til kampagnen har været at give så meget nyttig og hands on information som muligt, som kan understøtte nye tiltag i en forbedret sikkerhedskultur. Derfor ønskede vi at skabe tre kategorier i informationen, så målgruppen havde mulighed for at sætte adfærdssændringerne i den rette kontekst. Fx at man i S (start sikkert)-fasen altid udpeger chaufføren som "sodbetjent", som har ansvaret for at holde alle oppe på sikkerhedsprocedurerne.



LOGO

Der blev udviklet et logo, som understøtter kampagnens målsætning: at eliminere sodpartikler tekst- og billedligt.



KAMPAGNENS UNIVERS

Ideen bag et animeret univers var at skabe et neutralt univers, hvor tips og hands on-tricks til en forbedret sikkerhedskultur var i fokus. Det var vigtigt ikke at vise 'rigtige' mennesker med 'rigtigt' udstyr og materiel, da vi ønskede at undgå et fokus på, hvorvidt en station brugte et specifikt mærke/brand/udstyr. Derudover var fokus også rettet på at tage alt udenoms støj væk fra fokus: at formidle gode råd og nye tiltag så klart som muligt.

KAMPAGNEELEMENTER

Animationsfilm

Kampagnofilm med gennemgang af nye sikkerhedsprocedurer og tips til, hvordan man kan inddele indsatsen i tre (S-O-D) dele: før, under og efter indsatsen, og dermed inddele sikkerhedsprocedurerne i tre kategorier. Fokus på at en ren sikkerhedskultur skabes i et trygt og godt arbejdsfællesskab.

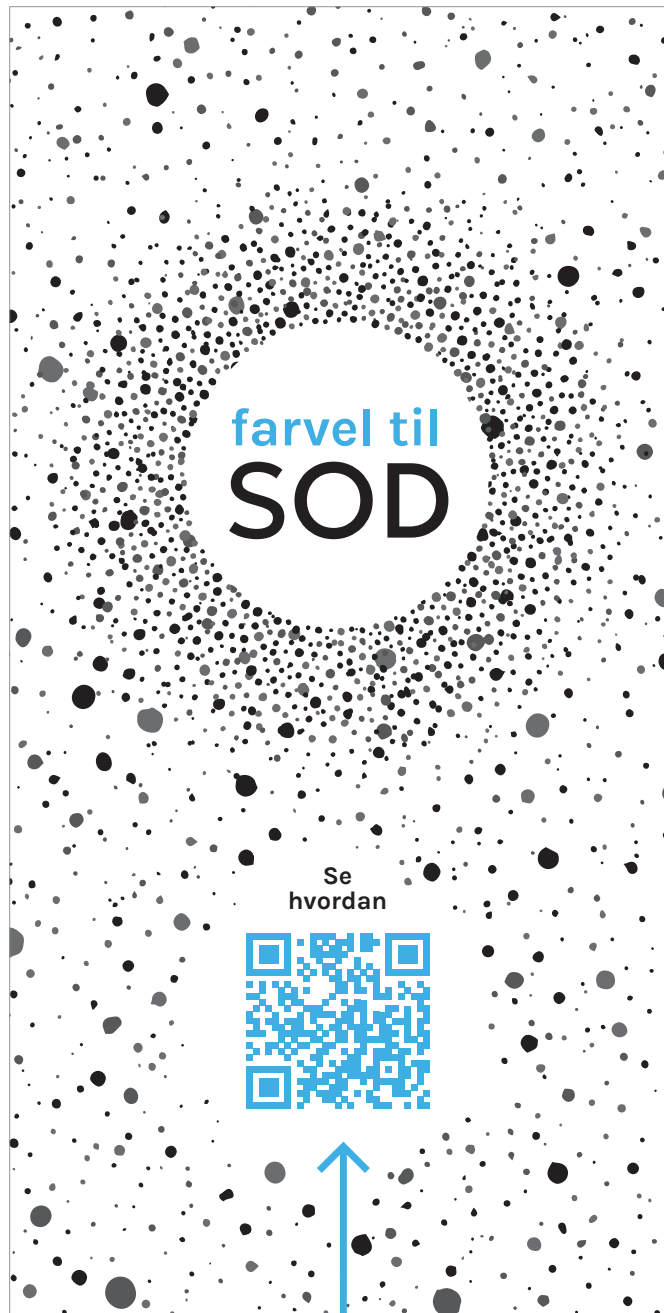
[Animationsfilmen](#) er delt på de forskellige brandstationers interne Facebook-grupper og intranet.



KAMPAGNENS UNIVERS

Banner

Til brug udendørs. Banner med kampagnelogo, sodpartikler og QR-kode med direkte link til filmen.



KAMPAGNENS UNIVERS

Plakater

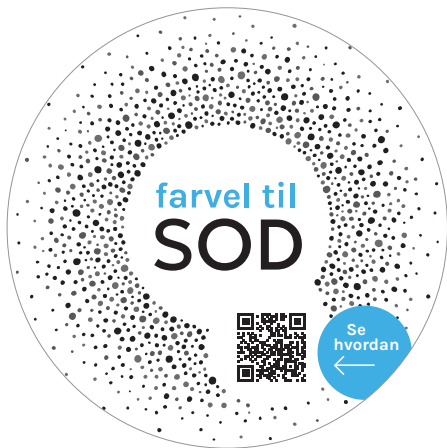
4 stk. plakater med fire vigtige og forskellige budskaber fra animationsfilmen.



KAMPAGNENS UNIVERS

Klistermærker

Små klistermærker (8 cm i diameter) og store klistermærker (40 cm i diameter) med kampagnelogo, sodpartikler og QR-kode med direkte link til filmen.



Alle materialer understøtter hinanden og ønsket om at give en venlig og imødekommende reminder til alle medarbejdere om at passe på sig selv og hinanden samt overholde en ny fælles sikkerhedsprocedure.

Evalueringsseminar

Kampagnefeedback fra stationerne

Evalueringsseminaret blev afholdt den 22. februar 2024 på Strøjer Samlingen i Assens, hvor den fælles arbejdsmiljøindsats og "Farvel til SOD-kampagnen" skulle diskuteres.

Arbejdsmiljørepræsentanter fra alle brandstationer på Fyn var inviteret til seminaret.

Beredskabsdirektør, Søren Ipsen, havde udformet en række spørgsmål til evalueringen, som deltagerne skulle tage stilling til og efterfølgende dele med alle deltagerne. Derudover var fokus at dele egen læring og vidensdeling mellem stationerne.

Spørgsmålene blev stillet inden for de tre kategorier:

- Adfærdskampagnen (indhold, udtryk)
- Lokal anvendelse og videreudvikling af materialet og tankerne bag
- Forslag til videre arbejde



Spørgsmål og svar

Spørgsmålsark 1) Med afsæt i kampagnens elementer

Spørgsmålsark 1



- Nævn 3 gode forhold ved adfærds-kampagnens materiale:

1. _____
2. _____
3. _____

- Nævn 3 forhold ved adfærds-kampagnens materiale, som kan forbedres:

1. _____
2. _____
3. _____

Eksempler på svar på ”3 gode forhold ved adfærds-kampagnens materialer”:

”Når man går forbi plakaterne, er man jo ikke i tvivl om, hvad der menes. Det er en positiv ting synes jeg. Man er ikke i tvivl om, hvad det handler om.”

”Godt med klistermærker. At sætte gulvklistermærket i øjenhøjde. [dvs. ikke på gulvet] I pumperummet på sprøjten har vi også sat det på... Når det brænder på, har vi vores vaner. Vi har prøvet at få de plancher sat, der hvor vi er – også når vi er ude på indsats.”

”Nu er jeg generelt en sur gammel sur mand, som synes alt nyt er dårligt: MEN. Det har virket formidabelt i Faaborg. Alt det der er lavet, har virket. Hvis det kun var filmen, havde det ikke virket. Når tingene understøtter hinanden, så virker det. Jeg tror, at når folk går og kigger ubevidst, så virker det. Nu har det stået på i 2 måneder.”

Eksempler på svar på ”3 forhold ved adfærdskampagnens materialer, som kan forbedres”:

”Folk taler nok ikke nok om det. De kigger på plakaterne og tænker, at det er en kampagne. Men det skal være noget, som ændrer vores vaner, så det også holder om et halvt år.”

”Super flot teori - men hvordan skal de omsætte det i praksis. Fint at være sodbetjent, men hvordan skal man gøre det i praksis? Hvordan kan vi koble det til reel adfærdsdesign? Hvordan gør vi det så, for at gøre det bedre?”

”Filmen holder ikke ens fokus. Når man har set 30 sek. (...) Man bliver ikke tryllebundet af en tegnefilm. Jeg mister fokus efter 10-20-30 sek. Der skal være meget mere eksplosion. Den er meget informativ... Så må jeg sige til de andre, ”Du skal kigge lidt længere Jørgen”.”

”Det fungerer også godt i Nyborg. Plakaterne har fungeret bedst. Kort videoen op, mere i tre forskellige. Jeg tror plakaterne virker. Men videoen er for lang.”

”Vi mangler værktøjer til kampagnen fysisk. Måtter. Måske have brugt farven. En rød måtte til det fysiske materiel. En grøn hat til sodbetjenten.”

Spørgsmål og svar

Spørgsmålsark 2) Lokal anvendelse og videreudvikling af materialet

Spørgsmålsark 2



- Hvor og hvordan har I lokalt på din station brugt materialet?

- Hvordan har I lokalt på din station videreudviklet arbejdsmiljøindsatsen?

Eksempler på svar: Hvor og hvordan har I lokalt på din station brugt materialerne?:

”At hænge materialer op på akutte steder, på knudepunkter.”

”(Plakaterne) sidder på dørene ved brandgaragen. Så alle får det smidt i hovedet.”

”Plakater og klistermærker er sat i fx baderummet. I vaskehallen – tak for din indsats – baseret ud fra, hvad der passer til det der står.”

”Det er et omtalt emne, ”Farvel til sod”, vi har fx fokus på køretøjets placering, som ikke skal placeres helt oppe ved brandhuset. Train as you fight.”

Eksempler på svar på spørgsmål: Hvad fungerer rigtig godt?:

”Mest klistermærkerne. Man kan sætte det alle mulige steder. Det har klart været det bedste for os.”

”En sammensætning af alle materialer. De bakker hinanden utrolig godt op.”

”Vi har bestilt badevogne, så vi hurtigt kan få vasket folk efter, så vi hurtigt kan komme videre.”

Eksempler på svar: Hvordan har I på din station videreudviklet arbejdsmiljøindsatsen?:

”Alle de informationer, der er kommet, har jeg lavet en lille kort video. Kom og se det her, der er kommet, ditten og datten. Jeg sender det ud på vores eget intra. Jeg har gjort det helt fra starten, alle holdledere og stationsledere bakker mig 100 procent op. Når vi kører ud, så vil vi det samme. Vi er som minimum 8-9 mand, som er enige om, hvordan vi gør det. Det har været positivt.”

”Efter en indsats tager vi et *safety moment* på 5 minutter. Vi kigger på sodhjulet* og snakker om det. Den her kasse skal frem, hver gang vi har øvelse.”

”Vi har haft en øvelse inde i Odense, hvor 250 brandfolk var i bad. Jeg tror at alle forstod, hvor vigtigt det var.”

”Det har haft en kæmpe effekt nede ved os. Både for os selv og materiel. Mere fokus på det hele. At tingene skal gøres rene. Det er der kommet meget mere fokus på, og det er virkelig dejligt at se.”

”Vi implementerede det (et vaskeri, der tager sig af vask af alt) hos os for to år siden. Vi har en pulje på dragter, røgdykkerudstyr, handsker osv. Vi kører det hele tiden. Det bruges det kun en gang.”

Eksempel på tiltag: "Farvel til sod-kasser"

"Der er sæbe, handsker, klap-ud-skilte (til at markere rent/urent-område), vi skal behandle det lidt som et færdselsuheld. De (brandfolkene) har fået en kasse, som vi har fået lavet til dem."

Der er også lavet et slags hjul med inspiration fra "Farvel til SOD", som fungerer som en konkret handleplan ved en indsats.



Ideer til næste skridt fra deltagerne:

- "Vask hjelmen hurtigt, så man kan smide den brugte i vaskemaskinen og få en lånehjelm til næste indsats."
- "Placer kasser med udstyr på bagsædet til hver røgdykker, som en visuel reminder om at have de rette remedier med hele tiden."
- "Køb mange håndklæder: Vi har købt rigtig mange håndklæder."
- "Håndklæder, som ligger på rene og klar på stationen. Vi skal minimere de dårlige undskyldninger. Vi har forsøgt at entrene med sportsbutik for at få sponsoreret sæbe og badetøfler."
- "Nem adgang til badefaciliteter: Folk går ikke i bad. Det har de ikke gjort før. Kl. 03 vil folk hjem i seng. Der skal være adgang til baderum."
- "Gentagelse hvert år: Jeg synes man skulle tage det op hvert år. Så brandfolk kan komme med ideer, som kan komme med ind i materialet."
- "Videreudvikling af videoen: Lav en 2.0-video, hvor den deles mere op og den gøres mere konkret."

Spørgsmål og svar

Spørgsmålsark 3: Forslag til det videre arbejde

Spørgsmålsark 3



- Hvordan vil I fortsætte den lokale arbejdsmiljøindsats?

- Hvordan synes du, at "Beredskab Fyn – et fælles beredskab" skal fortsætte kampagnen "Farvel til SOD"?



Eksempler på svar: Hvordan vil I fortsætte den lokale arbejdsmiljøindsats?

”Indarbejde det i en fast årlig øvelse. Så man holder fast i det, og man tør at konfrontere en kollega, som gør det forkert. En kollega vaskede en handske forkert i en spand, fordi de var blevet for stive efter vask. Det har helt klar nedbrudt nogle barrierer. At man kan tale om det.

Gør det til en fast del af evaluering efter indsats. Så det er noget man gennemgår efter indsats. Fokus på: kunne vi holde anderledes, var vinden rigtig, hvad var godt?

Indfør *safety moment*: en form for møde. Kan bruges alle steder. Initiativ fra FALCK. For at sætte fokus på arbejdsmiljø. Vi har ikke været gode nok til at få det ud. Det skal ikke tage lang tid fx bare 2 minutter. Korte ting, så vi får fokus på nogle forskellige områder. Vi har et *safety moment* hver gang vi mødes. Holdlederen, det er ham, der holder mødet, det er bredt forankret.”

”Vi skal bruge endnu mere energi på at arbejde det ind. På alle niveauer. Indsatsen tager måske lidt længere tid, også når man står derude.”

”Vi har indrettet et rum i sprøjten til alt det her, så det bliver en naturlig del. Så alle folk ved, hvor de skal gå hen. Der var mange, der gerne så, at der var én som stod for det. Men jeg vil gerne have, at vi alle skal tage ansvar for det. Vi skal ikke pege fingre ad én. Det er et fælles projekt. Det er et spørgsmål om at få det indrettet. Hvis man er lidt opfindsom, så er det en lige så naturlig del.”

”Det er en forholdsvis stor kasse, som vi har købt til dem. Så det skal fordeles. [Farvel-til-sodkassen med indhold].”

”Vi snakker sammen – hvad gik godt før, under og efter. Det kan være snært med plads. Hvis vi alle er enige, om at ingen retter på nogen. Folk har fået forståelse for noget som rengøring, bad osv.”

Eksempler på spørgsmål og svar: Hvordan er der blevet taget imod begrebet ”sodbetjent”?

”Det grinede de lidt ad. Men det skal nok komme til at virke.”

”Det er chaufføren, som bliver valgt. Det er ham, der tager kassen ud. Det er en god gimmick.”

”Det er chaufføren, som står for, at brandbilen er ren, det synes jeg er naturligt.”

Eksempler på svar: Hvordan synes du, at ”Beredskab Fyn – et fællesskab” skal fortsætte kampagnen ”Farvel til SOD”?

”Der kan laves et idékatalog. Der er sindssyg gode ideer. Lave en film. Hænge helbredsmæssige fordele op ved det [farvel til sod/at gå i bad ect.] for at give dem det ekstra. Vi er blevet gode til det, det gør at I potentielt lever xxx år længere.”

”Generelt hele tiden videndeler og erfaringsdeler.”

”En kampagne bliver meget nu og her. Det skal manifestere sig og der skal lægges mere vægt på sod-delen. En fælle kamp imod sod. En fælles kultur til sod.”

”Mere samarbejde med indsatslederne lokalt. Hvorfor skal vi holde det her? Fordi vi tænker anderledes på det, så vi er fælles om det her. Mere samarbejde med politiet, der er eksperter i at stå ved siden af os. Og med ambulancerne, så de har en forståelse for hvad vi gør.”

”Det er ens for alle [at gå i bad efter en indsats]. Brandfolk føler også, at når en indsatsleder går ind i branden, så man ikke skal vaskes, fordi man har streger på ryggen. Vi har god indvirkning på betjentene. Nye videoer kan vise, hvad har det af indvirkning på os, når soden kommer med hjem? Ved ikke at gå i bad [på stationen] vaskes sodpartikler af derhjemme og ender i vaskemaskinen med fx babyens body. Din familie kan du også eksponere. En video kan også vise the benefits ved at vaske sig, fx du lever xx år mere...”

”Fokus: det skal komme oppe fra også. Vi skal tænke ens og have den samme målsætning med det.”

”Skræmmekampagne” – vil du tage det her med hjem til din familie?”

”Budskaberne skal pakkes ind og vi skal fremhæve det gode.”

Spørgeskemaundersøgelse

Kampagnefeedback fra stationerne

Beredskab Fyn gennemførte en spørgeskemaundersøgelse ved hjælp af SurveyXact som opfølgning på adfærdskampagnen "Farvel til SOD" i perioden 12. - 24. marts 2024.

Spørgeskemaundersøgelsen blev sendt til alle deltids- og fuldtidsbrandfolk samt indsatsledere og instruktører i Beredskab Fyn, Ærø Redningskorps og Falck på Fyn med følgende introducerende tekst:

Vi har brug for din hjælp

Den fælles arbejdsmiljøindsats "Farvel til SOD" blev skudt i gang i august 2023 og består af en video samt klistermærker, bannere og plakater.

Du inviteres hermed til at deltage i en kort spørgeskemaundersøgelse, der skal bidrage til at evaluere og udvikle arbejdsmiljøindsatsen til gavn for dig og dine kollegaer.

Det tager 5-7 minutter at svare på spørgsmålene.

Vi håber, at du vil deltage i spørgeskemaundersøgelsen. Besvarelsen er anonym.

Vi har brug for dine svar senest søndag den 24. marts 2024.

På forhånd tak for dit bidrag.

Bedste hilsner

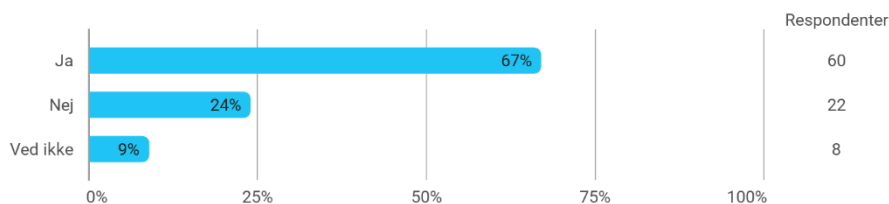
Styregruppen for "Beredskab Fyn - et fælles beredskab"



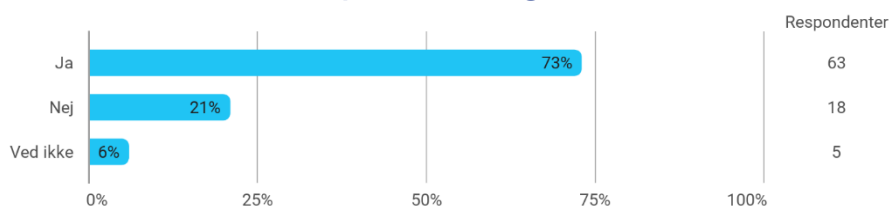
Kommenterede resultater

Spørgeskemaundersøgelsens resultater gengives og kommenteres i det følgende:

1. Har du set videoen ”Farvel til SOD”?



2. Har du set kampagnematerialet (klistermærker, plakater og/eller bannere)?

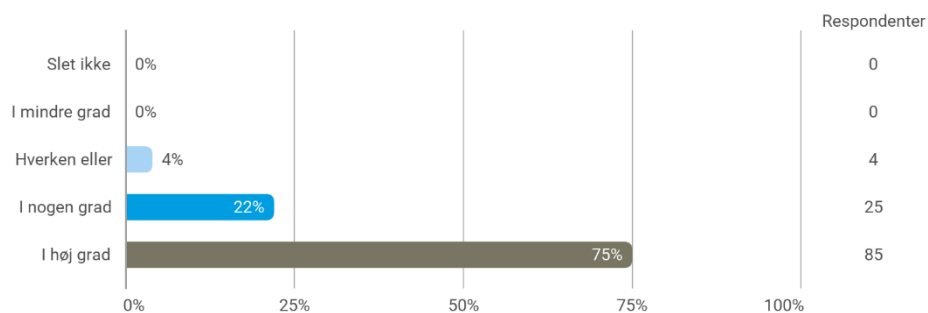


Hvad har størst indvirkning på modtageren? Det tyder på, at det fysiske kampagne-materiale har lidt større indvirkning end det digitale.

67% har set kampagnevideoen.

73% har set det fysiske kampagnematerialet.

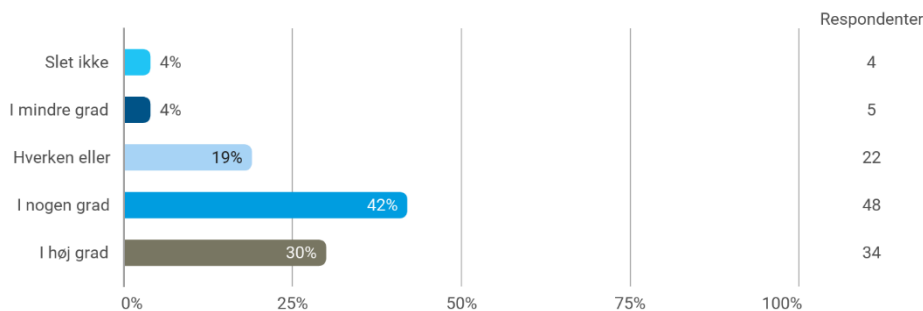
3. I hvilken grad er det vigtigt at have fokus på sod- og anden partikelforurening?



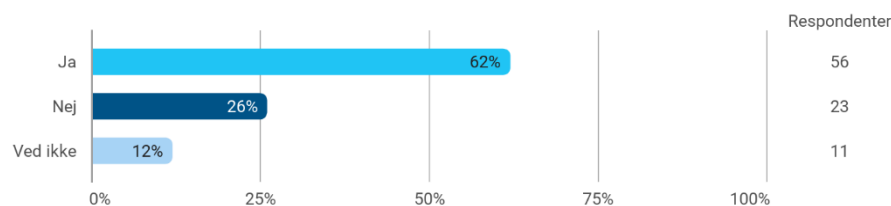
75% synes det 'i høj grad' er vigtigt at have fokus på sod- og anden partikelforurening.



4. I hvilken grad har arbejdsmiljøindsatsen ”Farvel til SOD” skabt fokus på sod- og anden partikelforurening?



5. Har arbejdsmiljøindsatsen givet anledning til drøftelser om sod- og anden partikelforurening med kollegaerne før, under og/eller efter en indsats?

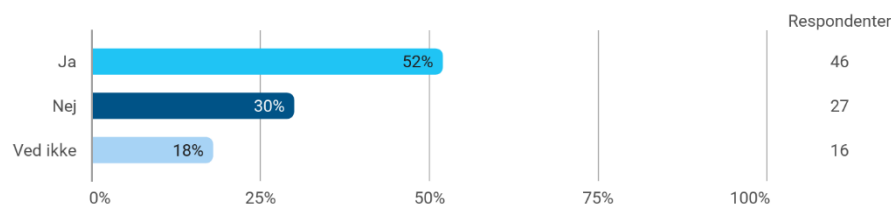


Det tyder på, at kampagnen har skabt et overvejende stort fokus på sod- og anden partikelforurening.

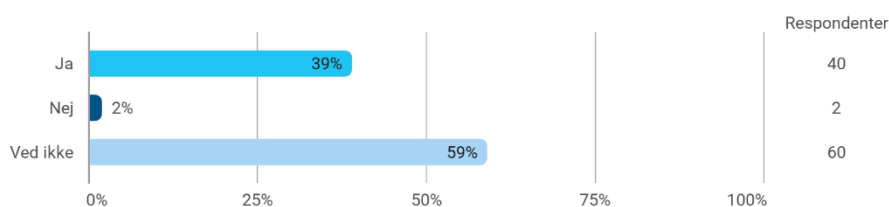
42% har svaret 'i nogen grad' og 30% har svaret 'i høj grad' til, at "Farvel til SOD" har skabt fokus på sod- og anden partikelforurening.

Hele 62% har svaret 'ja' til, at arbejdsmiljøindsatsen har givet anledning til drøftelser med kollegaer før, under eller efter indsats.

6. Har arbejdsmiljøindsatsen ”Farvel til SOD” været en del af de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser?



7. Er det planen, at arbejdsmiljøindsatsen ”Farvel til SOD” bliver en del af de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser?

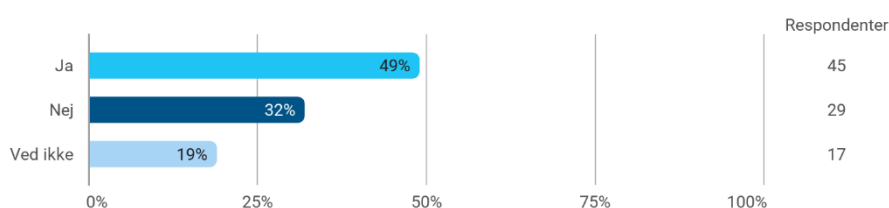


I forbindelse med de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser er svarene blandet.

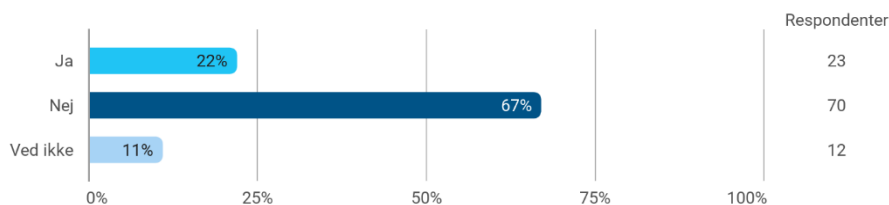
52% har svaret, at ”Farvel til SOD” har været en del af de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser. Derimod har 59% svaret, at de ikke ved om det er planen, at ”Farvel til SOD” bliver en del af de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser. Til samme spørgsmål har 39% svaret, at det er planen.

Usikkerheden om, hvorvidt ”Farvel til SOD” bliver en del af de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser, kan hænge sammen med, at ikke alle respondenter har indflydelse på valg af indhold på de årlige vedligeholdelsesuddannelser/-øvelser, eller at der simpelthen endnu ikke i alle tilfælde er truffet beslutning herom eller meldt ud herom.

8. Har arbejdsmiljøindsatsen ”Farvel til SOD” medført ændret praksis på skadestedet?



9. Har du oplevet, at en sodbetjent er blevet udpeget på et skadested?

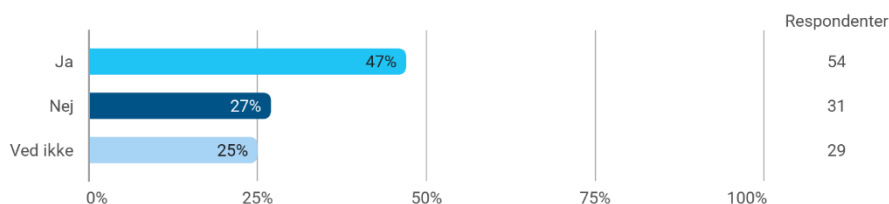


Har kampagnen haft en mærkbar effekt?

Flertallet, 49%, har oplevet en ændret praksis på skadestedet. Dog har 32% har svaret, at de ikke har oplevet ændret praksis på skadestedet. Sidstnævnte kan hænge sammen med, at en ændring af adfærd tager tid, eller at man som respondent ikke i tilstrækkelig grad har indgået i udrykninger og hændelser, hvor kampagnen har været relevant.

67% mener ikke at have oplevet, at en sodbetjent blev udpeget på et skadested. Kun 22% mener at have oplevet det. Ved denne besvarelse kan det også have haft en betydning, at en ændring af adfærd tager tid, eller at man som respondent ikke i tilstrækkelig grad har indgået i udrykninger og hændelser, hvor udpegnings af en sodbetjent har været relevant.

10. Er der behov for at fortsætte arbejdsmiljøindsatsen "Farvel til SOD" med supplerende tiltag for at sikre et fortsat fokus på sod- og anden partikelforurening?



Svarene varierer i forhold til, om der er behov for at fortsætte arbejdsmiljøindsatsen med supplerende tiltag. Dog er der 47% af respondenterne, der har svaret 'ja' til, at den bør fortsættes. 27% har svaret 'nej', og 25% har svaret 'ved ikke'.

Yderligere er der kommet rigtig mange gode og brugbare forslag til supplerende tiltag til fortsættelse af arbejdsmiljøindsatsen.

Se feedback og kommentarer på følgende sider



Feedback og kommentarer til spørgeskemaundersøgelsen:

[50 kommentarer og forslag til ”Farvel til SOD-kampagnen” fra spørgeskemaundersøgelsen]

Hvis du svarede ”ja” til forrige spørgsmål, har du her mulighed for at notere et eller flere forslag til supplerende tiltag:

- 1** Relancering af video opdelt i kortere sekvenser. Supplerende kampagnemateriale. Korte videoer med gode eksempler fra de forskellige brandstationer.
- 2** Syntes der kunne gøres mere ved specielt Falck-stationerne, både hvad angår deres muligheder for bad, ekstra tøj mv.
- 3** Det er som om, der mangler implementering på nogle af de mindre stationer, hvor der ikke er en fast AMR.
- 4** Vi som indsatsleder bliver også eksponeret for røg. I den ideelle verden gør vi ikke, men i virkeligheden gør vi. Der mangler retningslinjer og beskyttelsesudstyr herunder evt. røgdykkerapparat m.m.
- 5** Det bør være en indsats, der jævnligt repeteres og udvikles.
- 6** Jeg er endnu ret ny, så har lidt svært ved at svare på de fleste spørgsmål.
- 7** Jeg synes, at vi skal vedligeholde konceptet, da der hele tiden kommer nye til.
- 8** Tages op igen hvert andet år.
- 9** Vi er opmærksomme på, at sod og partikler er skadelige og passer godt på os selv og hinanden.
- 10** Synes p-trailer skal kaldes så snart RD har været i røgfyldt rum, og så skal man også gå i bad, selvom man ikke vil.
- 11** Fortsat fokus, gerne mere handlingsorienteret.



- 12** Jeg tænker, der er lang vej igen.
- 13** Der skal sættes endnu mere fokus på rengøring af bl.a. udstyr i form af RD-apparater og hjelme.
- 14** Synes vi tænker meget over ikke at få røg - også rengøring bagefter.
- 15** Jeg manglede en del steder i spørgsmålene, muligheden for at svare ja, så derfor er der en del "ved ikke svar". Ellers fint skema og godt arbejde.
- 16** Ja, der skal helt klart følges op på det, og folk skal dygtiggøres i at bruge det. Og så skal det også bruges ved brandhusøvelser.
- 17** Tror det er vigtig, at blive ved med at have det i fokus, så der ikke bliver slækket på det.
- 18** Nye korte videoer med fokus på før, under og efter indsats.
- 19** Få ISL og HL til at tænke det ind fra start, så de ikke placere os i røgen.
- 20** Vi skal stadig holde fokus og gøre det til en ting i hverdagen, og ikke "bare" noget der lige er oppe i tiden. Måske gøre det til en fast del af centraløvelsen. Mere synlige opslag på vores stationer, a la de ting, der er kommet op.
- 21** Jeg har ikke svaret ja, men vil blot påpege, at så længe mulighederne for vask af personel og udstyr ikke er ens på alle stationer, så klinger tiltaget noget useriøst og hult i forhold til, at der ikke er samme vilkår for alle ansatte.
- 22** Flere badevogne, extra dragter til folk, så man kan lave mere end en ting på skadestedet.
- 23** Det er et nyt tiltag, som skal virke i praksis. Derfor skal man fortsætte, så det man lærer nu, bliver videreformidlet til andre igen senere.
- 24** Kedeldragt eller lign. til alle brandfolk, så man kan skifte tøj og køre hjem i brandbilen, selvom man ikke har fået bad.
- 25** Det er et vigtigt emne, som behøver fokus.



- 26** IAB.
- 27** Mere information.
- 28** Det er vigtigt og fortsætte med, at italesætte vigtigheden i og passe på os selv.
- 29** Bør tages op med 2 års mellemrum.
- 30** Vi skal sørge for, at det ikke bliver en døgnflue.
- 31** Fokus skal ændres, så man ikke føler sig umyndiggjort i forhold til at passe på sig selv og kolleger. Tilgangen nu giver en følelse af, at der primært skal trækkes en standart-skabelon ned over skadestedet, før vi kan arbejde. Det giver ikke ejerskab/følgeskab på indsatsen.
- 32** Jeg mener det er vigtigt at bibeholde tankerne om partikelforurening, således at det indtænkes hele vejen rundt fx ved indkøb af biler. "Farvel til SOD" og adfærdsændringer sker nemmest og vedligeholdes bedst, når det i praksis er nemmere at udføre, fx en ASP, der er indrettet og indtænkt partikelforurening m.m.
- 33** Det vil give god mening, at man på skadestedet markere rent og urent område. Urent område har man fuld åndedrætsbeskyttelse - rent område uden beskyttelse. Lidt a la sammen princip som ved kemikalieindsats.
- 34** Det tager tid før kampagnen måske har en effekt.
- 35** Ensrettet afklaring blandt holdleder om, hvornår de kræver at røgdykkere skifter dragt osv. - nogle tager for let på det og kabine bliver derfor hurtigt forurenet.
- 36** Tiltaget er ikke kommet helt ud til skadestedet. Der er behov for at arbejde mere med det iht. skadestedet.
- 37** Vi har i Nyborg hele tiden gjort det. I bør se på en ny badeløsning, som er nutidig og hvor der er mere fokus på de partikler, der ender i vognen.
- 38** Involver nu dem, som står ude i virkeligheden.
- 39** Der holdes fokus på det, og rigtig god ide og få det med på de årlige øvelser.



- 40** Jeg tror udelukkende det skal påtales igen og igen. Særligt ude på de små Falck-stationer, hvor mange ikke tager tingene så tungt, og kører efter ”sådan har vi altid gjort”-princippet.
- 41** Materiale er ikke kommet ud til mange stationer endnu.
- 42** Mener der gøres rigeligt.
- 43** Jeg tænker ikke på noget konkret. Dog mener jeg, at det år efter år skal italesættes og markedsføres, da det ellers med tiden vil blive et overset emne. Vi vil gøre vores for at effektuere og oplyse omkring dette vigtige emne, der i årevis har været overset.
- 44** Det er vigtigt, at fortsætte det gode arbejde.
- 45** Ja da, der går tid med at ændre gamle vaner.
- 46** Tiltag som er der nu, skal blot håndhæves, så det bliver hverdag at udfører tiltagene ved indsats.
- 47** Det ville være en god ide, om man fik mulighed for at vaske sin inderbeklædning på centralvaskeriet, så man ikke forurener sin egen vaskemaskine.
- 48** Ville være en god ide, om centralvaskeriet kan vaske vores inderbeklædning sammen med vores indsatsdragt.
- 49** Åben dialog.
- 50** Ændre orange gummihandsker til andre, så man kan få sin brandhandsker på. BRS bruger nogle sorte fra Wurth, som de har brugt i flere år. De sidder godt, og brandhandske kommer nemt af og på.

