



Kapitel 5

SPØRGERAMME TIL PLACERING AF VIRK-
SOMHEDENS SUNDHEDSFREMMEINDSATS
I 5-TRINSMODELLEN

5. Spørgeramme til placering af virksomhedens sundhedsfremmeindsats i 5-trinsmodellen

Virksomheden befinder sig på det trin, under hvilket der kan svares bekræftende på alle udsagnene.

Trin 1

1. Virksomheden har indsatser rettet mod en eller to enkeltstående KRAMS-faktorer.

Trin 2:

1. Virksomheden har tilbudsorienterede indsatser rettet mod mindst to KRAMS-faktorer.
2. Medarbejderne er inddraget i valg af metoder og aktiviteter.
3. Virksomhedens sundhedsindsats er ad hoc-organiseret med deltagelse af ledere og medarbejdere.

Trin 3

1. Virksomheden har indsatser rettet mod mindst tre KRAMS-faktorer.
 - b. Virksomheden har tilbudsorienterede indsatser rettet mod mindst to af faktorerne.
 - c. Virksomheden har miljøorienterede indsatser rettet mod mindst to af faktorerne.
4. Medarbejdere og ledere er inddraget i en fast organisering.
5. Virksomheden afdækker gennem en proces de ansattes behov og interesser løbende.
6. Virksomheden har udpeget en nøgleperson med ansvar for indsatsen.
7. Virksomheden har allokeret midler til indsatsen.

Trin 4

1. Virksomheden har tilbudsorienterede indsatser rettet mod alle fem KRAMS-faktorer.
2. Virksomheden har miljøorienterede indsatser rettet mod mindst tre KRAMS-faktorer.
3. Virksomheden afdækker gennem en proces de ansattes behov og interesser løbende.

4. Virksomhedens medarbejdere og ledere er inddraget i en fast organisering.
5. Virksomheden har allokeret personaleressourcer til en projektleder- eller sundhedskoordinatorfunktion.
6. Virksomheden har fastlagt et økonomisk råderum for den generelle indsats.
7. Der er nedskrevet en sundhedspolitik for arbejdet med KRAMS-faktorerne.
8. Virksomheden har opsat mål og succeskriterier for indsatserne, der systematisk følges op.
9. Virksomheden markedsfører tilbuddene over for de ansatte.
10. Der er en synlig involvering fra ledelsens side.

Trin 5

1. Virksomheden har både tilbudsorienterede og miljøorienterede indsatser rettet mod alle fem KRAMS-faktorer.
2. Der sker løbende en systematisk afdækning af ansattes behov og interesser.
3. Ledere og medarbejdere er inddraget i en fast organisering.
4. Virksomheden har ansat en projektleder eller en sundhedskonsulent.
5. Virksomheden har afsat tilstrækkelige økonomiske midler til at søge eksterne rådgivere og iværksætte relevante aktiviteter.
6. Sundhedsfremmeindsatsen er et led i virksomhedens strategi.
7. Virksomheden har en nedskrevet sundhedspolitik for indsatsen over for KRAMS-faktorerne.
8. Virksomheden har opsat mål og succeskriterier for indsatserne, der systematisk følges op.
9. Virksomheden markedsfører tilbuddene professionelt over for de ansatte.
10. Der er en stor og synlig involvering fra ledelsens side.



Kapitel 6
CASES

6. Cases

Case: Odense Marcipan A/S

Den fynske produktionsvirksomhed Odense Marcipan A/S har ca. 150 ansatte (ca. 60 funktionærer og ca. 90 timelønnede).

”Al sundheds- og trivselsudvikling bliver behandlet i samarbejdsudvalget, og vi har desuden nedsat et sundhedsudvalg under samarbejdsudvalget,” fortæller Johnny Engberg, fabrikschef hos Odense Marcipan.

Der er ikke opstillet deciderede mål for sundhedsindsatsen, men medarbejderne er løbende involveret i udformningen af indsatsen gennem samarbejdsudvalg og sundhedsudvalget, og i forhold til indsatsen på kost-/kantine-, motions- og rygeområdet er behovsafdækningen foretaget via en spørgeskemaundersøgelse.

Johnny Engberg fortsætter: ”Vi har lavet en kantineordning med sund kost til priser, der gør det attraktivt at benytte den, samt et stk. gratis frugt om dagen. Vi har tilbud om massage tre gange om ugen, hvor udgiften deles mellem virksomhed og medarbejder. Desuden har vi tilbud om et årligt sundhedstjek, vi tilbyder løbende rygestopkurser, og alkohol er forbudt på hele virksomheden. Der er etableret løbehold en til to gange om ugen, og derudover har vi en tilskudsordning til et motionscenter.”

Indsatsen er desuden karakteriseret ved følgende:

- Alle sundhedstilbuddene er frivillige.
- Der er politikker for rygning og alkohol.
- Kommunikation om tilbuddene sker via referater og opslag på opslagstavlen.

Ifølge Johnny Engberg placerer Odense Marcipan sig på **trin 3** i 5-trinsmodellen. Det, der løftede dem fra trin 2 til trin 3 i modellen, var et målrettet arbejde hen imod fastsatte mål på konkrete områder.

Case: Sønderborg Kommune

Sønderborg Kommune har ca. 7.500 ansatte, som er geografisk spredt over hele kommunen og organiseret under syv forvaltningsområder.

Sundhedskonsulent Tine Kjeldsen forklarer: ”Sønderborg Kommune har vedtaget, at sundhed er et kerneområde, og at det skal tænkes ind i alle sammenhænge.” Således er det et krav, at alle dagordenspunkter, der fremlægges for de politiske udvalg, har en sundhedskonsekvensvurdering (SKV).

Sundhedsordningen er politisk bestemt, og der er ledelsesmæssig opbakning til ordningen fra direktionsniveauet og nedefter. For tiden er det den enkelte leder, der afgør, om sundhedsordningen kan benyttes i arbejdstiden,” siger Tine Kjeldsen og fortsætter:

”I Sønderborg Kommune afdækkes behovene for indsatser bl.a. ud fra sundhedsprofiler, som danner baggrund for vores sundhedscenters tilbud til de ansatte. Sundhedsordningen evalueres løbende, og den har indbygget et afrapporteringssystem, således at vi kan følge udviklingen af, hvilke faggrupper der benytter ordningen. Det gør det muligt at tilrettelægge målrettede indsatser. Kvartalsvise rapporter og evaluering indgår som en fast bestanddel. Medarbejderne har bl.a. mulighed for at komme med forslag til nye tiltag under ordningen.”

Der arbejdes på flere niveauer, og alle styregrupper og projektgrupper, der arbejder med sundhedstiltag for medarbejderne, refererer i sidste instans til direktøren for Sundhed og Handicap.

”Vi bruger vores interne kommunikationsafdeling til at få budskabet ud. Her har vi bl.a. ansat journalister til at rådgive om og vejlede i, hvordan vi kan nå ud til de forskellige målgrupper blandt medarbejderne.”

Der er opstillet mål for alle indsatser og afsat ressourcer i form af stillinger i trivselsteamet og ressourcer til arbejdsmiljøarbejdet og sundhedsfremme- og forebyggelsesarbejdet samt til koordineringen af indsatserne.

”Der er ikke sat en øvre grænse for timeforbruget – der skal såmænd bare tænkes sundhed alle vegne!”

Indsatsen er desuden karakteriseret ved følgende:

- Sønderborg Kommune er begyndt at uddanne sundhedsambassadører på de enkelte arbejdspladser, og de har sat mange KRAMS-projekter i gang lokalt.
- Kommunen har holdt kurser for kantinepersonalet.
- Kommunen har udarbejdet en rygepolitik, og der holdes løbende rygestopkurser for personalet, som man kan tilmelde sig enkeltvis, ligesom der er mulighed for at holde kurser på den enkelte arbejdsplads. Til rygestopkurserne er der koblet et motionstilbud, og fremover vil der også være tilbud om vægtkontrol.
- Der er udarbejdet en rusmiddelpolitik og uddannet alkoholnøglepersoner i alle forvaltningenheder, både centralt og decentralt.
- De ansatte kan mod en lille egenbetaling bruge kommunens eget motionscenter og de gruppetilbud, der arrangeres der. Kommunens sundhedsordning for ansatte giver desuden mulighed for at benytte fem eksterne motionscentre og de tilbud, der er knyttet til centrene, og der er også tilskud til at benytte de to svømmehaller i kommunen.
- Der skal udarbejdes en ny overordnet stresspolitik. De fleste af kommunens enheder har allerede før kommunesammenlægningen haft deres egen stresspolitik. Der er ansat en arbejdspsykolog, som er en del af trivselsteamet under HR. Foruden psykologen er der en coach, en MED-konsulent, en arbejdsmiljøkonsulent og en sundhedskonsulent.

Ifølge Tine Kjeldsen placerer Sønderborg Kommune sig på **trin 4-5** i 5-trinsmodellen. Det, der løftede kommunen derop, var, at man tænker i sammenhænge og tænker strategisk – og at man evaluerer og følger op på indsatserne.

Case: Sparekassen Farsø

Sparekassen Farsø med 100 ansatte er et lokalt pengeinstitut med hovedkontor og fem lokale afdelinger i Farsø samt afdelinger i Aalborg, Viborg og Århus. I 2008 blev Sparekassen Farsø kåret til Danmarks sundeste private virksomhed.

Udviklingschef Gert Hosbond uddyber: ”Vi har fra begyndelsen i 2006 haft fokus på alle de fem KRAMS-områder, og vi har nedskrevne politikker og indsatser på alle områderne. Sundhedsindsatsen har været en del af sparekassens strategi siden 2006. Medarbejderne har været involveret fra begyndelsen, og tidligt i processen blev der nedsat et sundhedsudvalg på tværs af hele sparekassen. Dette sundhedsudvalg er vi nu i gang med at gøre mere dynamisk ved at finde motiverede sundhedsambassadører blandt medarbejdere, der kan prioritere deres egne team samt de af de tværgående aktiviteter i sparekassen, som de brænder mest for.”

Indsatsen er desuden karakteriseret ved følgende:

- Virksomheden sætter tiltag i gang på baggrund af medarbejderinteresse.
- Behovsafdækning foregår via en dialog der afdækker både den personlige sundhedsvurdering og forslag til indsatsområder.
- Der er fokus på løbende kommunikation om aktiviteter, opfølgning m.m. via intranettet, via personlige invitationer til specielle arrangementer og via medarbejdermøder.
- Alle aktiviteter er baseret på et personligt ansvar, der sammen med virksomhedens ansvarlighed for medarbejdernes trivsel og sundhed skaber den fælles synergi. Derfor er det frivilligt at deltage i de enkelte aktiviteter.
- Der findes et meget stort antal tilbud, fx: fri frugt, sund mad, varierede motions tilbud samt foredrag om stress og livsstilsemner som kost, motion mv.
- Virksomheden har en rygepolitik, en alkoholpolitik, en stresspolitik og en kostpolitik.
- Motionsområdet reguleres primært gennem den konkrete indsats og de enkelte aktiviteter.
- Der er opstillet mål for evaluering af og opfølgning på indsatsen.
- Budgettet for sundhedsindsatsen er en del af virksomhedens samlede budget.
- Der er givet retningslinjer for forbrug af medarbejderressourcer til indsatsen.

Ifølge Gert Hosbond placerer Sparekassen Farsø sig på **trin 4** i 5-trinsmodellen – og lidt til.

Han forklarer: ”Hvis vi skulle ligge på trin 5, skulle vi ansætte en særlig sundhedskonsulent. Der er vores holdning, at det ville være forkert p.t. Det har været vigtigt for os at sikre sundhedsindsatsen som en del af vores egen strategi og kultur, og det har vi indtil videre ment, vi var bedst til selv. Det kan dog komme på tale i næste fase, hvor vi måske i endnu højere grad vil inddrage de ansattes familier og lokalområdet.”

Case: Novo Nordisk A/S

Medicinalvirksomheden Novo Nordisk A/S har globalt 29.000 medarbejdere, hvoraf ca. 13.000 arbejder i Danmark. Novo Nordisk er en af verdens førende indenfor diabetesbehandling.

Med forankring i det interne sundhedsprogram 'NovoHealth', har Novo Nordisk gennem flere års dedikeret arbejde givet de ansatte sunde kantineordninger, tilbud om sundhedstjek, behandlingsordninger og en lang række andre tilbud. Sundheden er strategisk forankret i koncernen globalt i den overordnede medarbejderpolitik og programmet fremmer initiativer og skaber kædereaktioner ud i alle kroge af organisationen.

I starten af 2008 blev sundhedsprogrammet med fire globale standarder udvidet fra Danmark til resten af den globale organisation. De fire standarder, der er implementeret lokalt med respekt for kulturelle forskelle, skal sikre at alle ansatte har:

- Adgang til et røgfrit arbejdsmiljø og mulighed for hjælp til rygestop.
- Adgang til sund mad og drikke på arbejdspladsen.
- Let adgang til fysisk aktivitet.
- Mulighed for et personligt sundhedstjek med individuel rådgivning hvert andet år.

De fire global standarder skaber rammer, der gør det let for den enkelte medarbejder at træffe det sunde valg.

NovoHealths tiltag bliver kommunikeret bredt ud i virksomheden ved hjælp af en række interne kommunikationskanaler. En central del af kommunikationen sker via NovoHealth hjemmesiden på virksomhedens intranet. Derudover kommunikeres der via e-mails, bordskilte i kantinen og storskærme i produktionen. NovoHealth afdelingen holder desuden oplæg om sundhed for alle nyansatte i Danmark. Som noget nyt har vi i Novo Nordisk fået "NovoTube" (inspireret af YouTube), hvor NovoHealth har sin egen kanal, med små videoer om fx sundhed og nye tiltag op, så de er tilgængelige for alle medarbejdere i Novo Nordisk.

Indsatsen er desuden karakteriseret ved følgende:

- Strategien for NovoHealth er styret af et Globalt HR board.
- Der er foretaget en ressourceallokering til sundhedsprogrammet
- I Danmark findes et ambassadørværk, bestående af ansatte som brænder for NovoHealth. Ambassadørerne hjælper med at løfte opgaven, så NovoHealth kommer helt ud til de enkelte afdelinger.
- Der er tale om en strategisk forankret indsats, som løbende skal udvikles i takt med omverdenen.

- Den overordnede indsats evalueres løbende af en styrekomite, samt det Globale HR board
- Fremtidsvisionen er at finde og udarbejde flere tiltag, der skal støtte den enkelte medarbejder i en sund og aktiv livsstil og dermed understøtte virksomhedens overordnede mål om at forebygge diabetes og samtidig få mere overskud og engagement i sit liv.

Med Novo Nordisks strategiske tilgang til sundhedsfremme på arbejdspladsen, hvor der er opmærksomhed fra alle niveauer i hierarkiet, ligger virksomheden på trin 5 i 5-trinsmodellen.

Begrundelsen for at Novo Nordisk Måløv vandt prisen som Årets Sundeste Virksomhed 2009, har været det årelange og helstøbte koncept omkring sundhed, der bringer virksomheden foran på feltet som en af de mest visionære og grundige i landet. Måløv blev udvalgt som repræsentant for hele Novo Nordisk i konkurrencen, Måløv differentierer sig ikke fra andre områder i virksomheden.

For yderligere information kontakt venligst NovoHealth, tlf. +45 4444 8888.

Case: AXA Power ApS

Den fynske virksomhed AXA Power ApS lukker hver dag halvanden time midt på dagen, så de 65 ansatte har tid til at klæde om, motionere, spise og bade. Virksomheden, der producerer strømforsyninger og køleanlæg til fly, har med sine egne ord ”bygget tilbuddet op efter en skovbørnehavemodell eller måske bedre det store spisefrikvarter, vi havde så godt af i skolen, dengang børn vel at mærke gik i skolegården og spillede fodbold og lavede andre fysiske aktiviteter”.

Hos Axa Power vælger man frit, om man vil gå, powerwalke, løbe 5 eller 10 km hver anden dag, cykle, spille fodbold eller deltage i en disciplin, hvor man kan samle et hold på 3 til 5 deltagere, komme ud i det fri og dyrke en halv times motion. Det er et tilbud, som næsten alle tager imod – kun en enkelt har ikke ønsket at deltage.

”Ordningen er ikke baseret på en decideret behovsafdækning,” siger direktør Henrik Olsson, men tilføjer:

”Lige gyldigt hvem jeg talte med hos AXA Power, havde man lyst til at dyrke i gennemsnit en halv times motion om dagen, men man havde bare 150.000 dårlige undskyldninger for, at man ikke fik motioneret. Deraf udsprang ideen om at indbygge motionen som en naturlig del af arbejdsdagen, så alle kan gå hjem med god samvittighed, fordi de har fået dyrket deres daglige motion. Det er en dejlig følelse, og desuden er vi overbeviste om, at den daglige motion modvirker stress. ”Vi er

alle enige om, at vi møder op hver dag og gør det, vi har besluttet er vigtigst for vores forretning. Vi skal gøre det simplest muligt hele tiden og optimerer vores processer, så går det hele bedre og bedre år for år”.

Indsatsen er desuden karakteriseret ved følgende:

- Konceptet er udviklet af den øverste ledelse i samarbejde med SU.
- Der er udpræget medarbejderinvolvering i forhold til valg af motionsformer, og hvordan den halve time pr. dag fordeles over ugen.
- Indsatsen er en daglig begivenhed og udvikler sig hele tiden.
- Virksomheden gør ikke så meget ud af at måle indsatsen. Henrik Olsson: ”Vi er alle enige om, at det vigtigste er at møde op hver dag og gøre det, vi har besluttet. Vi skal gøre det simplest muligt hele tiden og optimere vores processer, så går det hele bedre og bedre år for år”.
- Der kommunikerer under den daglige motion, via opslag, via SU og via halv-årige informationsmøder.
- Ved kantinens frokostbuffet kan man vælge mellem salat, kold mad, varm mad eller en kombination.
- Virksomheden har en frugtordning.
- Virksomheden har en lovpligtig rygepolitik og en alkoholpolitik.
- Medarbejderne får tilbud om rygestopkurser.

Ifølge Henrik Olsson placerer AXA Power ApS sig på trin 4 i 5-trinsmodellen. Det, der løftede dem fra trin 3 til trin 4, var indførelsen af den daglige motion.