

## Arbo digitaal: van arpa naar app (2)

# Informatie- stroomver- snelling

De nieuwe media van vandaag kunnen morgen al achterhaald zijn. Kun je als arboprofessional wel een goede keuze maken uit al die media? In deze serie van drie artikelen geven we een schets van enkele ontwikkelingen rond nieuwe media en arbeidsomstandigheden. In deel twee bekijken we wat er tegenwoordig aan digitale hulpmiddelen is en welke effecten die hebben op de arbowereld.

tekst Raphaël Gallis en Adri Noort

**H**et aanbod in arbodienstverlening is breed. Bij de grote bedrijven vinden we vaak interne adviesdiensten, waar een scala aan adviseurs werkt zoals bedrijfsartsen, veiligheidskundigen en arbeidshygiënisten. Afhankelijk van de risico's is er ook ruimte voor bijvoorbeeld stralings-, procesveiligheid- en milieukundigen. Bij kleinere bedrijven worden veel taken door interne preventiemedewerkers uitgevoerd. En dan zijn er nog de commerciële bedrijven (arbodiensten), waar

vaak alleen de door de Arbowet verplichte bedrijfsartsen onder contract staan, en waar pas een andere specialist wordt ingehuurd als de klant daarom vraagt.

Tot voor kort was de verdeling duidelijk: de klant vraagt en de deskundige levert informatie. Maar dat verandert geleidelijk. Dankzij internet weten klanten zelf

De arboprof hoeft minder vaak naar de locatie om een probleem op te lossen

# Linked

steeds meer. Zij kunnen gemakkelijk bij de informatie komen, maar door het ontbreken van achtergrondkennis kan die informatie ook verkeerd worden geïnterpreteerd. De huisarts kan erover meepraten: patiënten hebben al 'voorwerk' gedaan en op internet zoekacties uitgevoerd gebaseerd op hun klachten. Daarbij hebben ze mogelijk geheel verkeerde ziektebeelden gevonden. Niet alleen huisartsen (of bedrijfsartsen), maar ook andere professionals kunnen met dit soort zaken worden geconfronteerd. Als professional moet je dan over voldoende kennis en overredingskracht beschikken om met deze klanten (of patiënten) tot een bevredigend resultaat te komen. Daarnaast speelt dat er dan vaak sprake is van een verschil tussen de risicoperceptie van de klant en die van de professional. Als daar een emotionele component in zit (aangewakkerd door de oogst van de digitale zoektocht) dan helpt een rationeel argument niet. Dan is mentaal judoën geboden.

## Oppassen

Deze ontwikkeling kan gevolgen hebben voor de kwaliteit van de dienstverlening.

De professionals moeten niet alleen voldoende tijd (en geld) steken in het bijhouden van hun kennis, ze moeten ook meer over de grenzen van hun eigen vakgebied kijken, meer (kennis van) andere deskundigen erbij betrekken. Ze krijgen daar bovendien minder tijd voor

## De risicoperceptie van de klant verschilt vaak van die van de professional

dan voorheen: duurt het allemaal te lang, dan zoekt de klant de informatie zelf wel op.

Verbreding van het advies, het sneller vinden van informatie. Dat stelt eisen aan de wijze waarop de professional zijn informatie vergaart. Welke bronnen gebruikt hij bij het opstellen van een ad-

vies? Voorheen werden vooral papieren bronnen gebruikt, meestal afkomstig van de overheid of gerenommeerde uitgeverij die voor het samenstellen van de uitgaven deskundige redacties gebruikten. Nu komt veel informatie uit digitale bronnen. Ook de arboprofessional gebruikt internet. Met de ontwikkeling van de smartphone zijn ook sociale media als Twitter en LinkedIn sterk in opkomst. We kunnen gemakkelijker communiceren, ook met vakgenoten die we helemaal niet kennen. Hierdoor is ons netwerk sterk vergroot en neemt de kans toe dat we een antwoord op onze vraag krijgen. Maar is informatie op internet wel betrouwbaar? Of die e-mail

van een vakgenoot die jou niet persoonlijk kent en die ook de situatie in je bedrijf niet kent? Overheden en kenniscentra (zoals discussielijst iavm-l) leveren betrouwbare basisinformatie, bij andere aanbieders blijft het oppassen. Informatie kan onjuist zijn, of zijn gericht op het verkrijgen van opdrachten. Er is ondertussen heel veel te vinden in de breedte en diepte. De *peer reviewed journals* zoals *Safety Science* staan online (weliswaar nog via een abonnement), er zijn meer dan honderd digitale (branche-)RI&E's en -arbocatalogi beschikbaar, kennis en informatie over bijna alle onderwerpen is aanwezig: van stress, via brandveiligheid tot aan de Machinerichtlijn. Echter, de informatie is over veel websites verspreid en er kan op diverse plaatsen worden gediscussieerd over arbo-onderwerpen. Waar vind je de juiste deelnemers die een antwoord kunnen geven op jouw vraag? Mis je geen noodzakelijke informatie omdat je op de verkeerde plekken zoekt? Waarschijnlijk wel, en dat is niet te voorkomen. Het aantonen van *due diligence* (gepaste zorgvuldigheid) in je advies wordt daarmee steeds belangrijker.



## Smartphones en tablets

Een telefoon wordt allang niet meer alleen gebruikt om te bellen. SMS is al ingeburgerd, maar er zijn zo veel meer mogelijkheden. Je kunt, als de techniek het toelaat, eenvoudig videobellen (Skype, Facetime), je e-mail checken onderweg, contacten onderhouden of je gedachten delen via social media (LinkedIn, Facebook, Twitter), de krant lezen, databases bekijken en hulpprogramma's (apps) gebruiken. Kun je hiermee onvoldoende uit de voeten, dan is er altijd nog Google die je helpt je informatie te vinden. En sinds 2009 kan dat ook allemaal op een tablet.

Apps kunnen een smartphone of tablet zelfs omtoveren tot een geluidmeter of vochtigheidsmeter, of worden gebruikt om de hartslag te meten. In het najaar van 2011 is in de rubriek eArbo een serie artikelen verschenen over arbo-apps. Ook op de website iArbo is van tientallen apps een beschrijving te vinden ([www.iarbo.nl](http://www.iarbo.nl)). Het versturen van een foto of video met een potentieel gevaarlijke situatie is nu een fluitje van een cent. En je kunt via

social media zelfs in contact komen en informatie uitwisselen met collega's die je nog nooit hebt gezien of gesproken.

Dit heeft allemaal effect op de rol van de arboprofessionaal. Je kunt niet voorkomen dat een leek zichzelf deskundig verklaart. Maar hoe kan een echte deskundige zich van de leek onderscheiden? Door opname in een register? Met aanbevelingen op LinkedIn? Of een groot aantal likes op Facebook? Hoe houd je alle informatiestromen in beeld? Hoe verandert je rol als adviseur? De arboprofessionaal kan een rol spelen in het aanbieden van inhoudelijk juiste informatie op kennisbanken op internet, zoals bijvoorbeeld Arbokennisnet. Of behulpzaam zijn bij de interpretatie van gevonden informatie; wat is juist en wat niet, wat wordt er precies met de informatie bedoeld? Maar ook een rol als superspecialist biedt mogelijkheden. Eén ding is zeker: denken dat het allemaal wel overwaait is zeker niet de goede weg.

### Sociale media

Ook de nieuwe technieken kunnen worden ingezet ter ondersteuning van een professional. Op YouTube is een filmpje van TeleMC te zien over een huisarts die met nieuwe media de hulp inroept van een specialist. Door het versturen van foto's van een huidaan- doening aan de specialist, heeft hij nog dezelfde dag een diagnose en kan hij de patiënt medicijnen voorschrijven. De patiënt hoeft er niet meer voor naar het ziekenhuis. Op soortgelijke wijze kan in de toekomst, als het gebruik van smartphones algemener is en de internetverbindingen sneller zijn, de hulp van een arboprofessionaal worden ingeroepen door een preventiemedewerker of werknemer op een andere locatie van het bedrijf. Hiermee wordt tijd en geld bespaard; de arboprof

hoeft minder vaak naar de locatie om een probleem op te lossen of erover te adviseren.

Twitter, LinkedIn en andere sociale media worden ook ingezet tijdens congressen: om de (potentiële) bezoekers voor te bereiden op het programma,

geerd. Dit levert weer informatie op waarmee bij volgende calamiteiten de toonzetting en inhoud van berichten kan worden aangepast.

Lang niet iedereen gaat in deze nieuwe ontwikkelingen mee. Zoals al op veel terreinen, vindt ook hier een tijdelijke

## Twitter heeft de meeste gebruikers in de leeftijdsgroep van 45 tot 55 jaar

om de mening van deelnemers in de zaal te peilen of de buitenwereld te laten weten wat er binnen gebeurt. Zo neemt het rendement van een evenement sterk toe. Opvallend genoeg heeft twitter de meeste gebruikers in de leeftijdsgroep van 45 tot 55 jaar.

Ook bij arbo en milieu spelen sociale media een rol. Denk aan de communicatie bij een crisis: de brand bij Chemie-Pack leverde maar liefst 250.000 twitterberichten op! Er loopt nu een onderzoek om deze berichten te analyseren en een tijdlijn te maken waarmee kan worden bekeken hoe op de communicatie vanuit overheden werd gere-

tweedeling plaats tussen zij die ontwikkelingen laten voor wat ze zijn en zij die meegaan en de voordelen van de nieuwe technieken benutten en bereid zijn de nadelen te accepteren. Want het is niet allemaal rozegeur en maneschijn. «

*Met dank aan Richard Sanders voor zijn kritische noten en aanvullingen.*

**Raphaël Gallis** is Sr. Consultant/onderzoeker bij TNO safe & healthy business. **Adri Noort** is hoofd Veiligheid & Milieu bij het LUMC en de Universiteit Leiden.

