

55/
293
Samenv.

**HOOFDSTUK 5
SAMENVATTING**



**N E D E R L A N D S E
KANKERBESTRIJDING**

KONINGIN WILHELMINA FONDS

KIJK UIT VOOR JE HUID



**Effectonderzoek onder 'buitenwerkers'
in de (wegen)bouw en bij gemeenten**

**Haalbaarheidsstudie onder 'buitenwerkers'
in de groenvoorziening en de bosbouw**

nia'tno



Nederlands Instituut voor Arbeidsomstandigheden



NIA1109308

ResCon



research & consultancy

samenvatting

KIJK UIT VOOR JE HUID

Effectonderzoek onder 'buitenwerkers'
in de (wegen)bouw en bij gemeenten

Haalbaarheidsstudie onder 'buitenwerkers'
in de groenvoorziening en de bosbouw

NIA TNO, BIDOC
Postbus 75665
1070 AR AMSTERDAM
Tel. 020 - 549 84 68

ISBN-NR. 33.608
plaats 55-293 Lomenor

ResCon / NIA
R.Jonkers
I.de Weerd
F.Nijman
D.v.d.Drift
J.Timmerman

Haarlem / Amsterdam, januari 1997

Onderzoek in opdracht van de Nederlandse Kankerbestrijding / KWF.

Het pilot project 'Kijk voor je huid' is mede mogelijk gemaakt door financiële bijdragen van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid in het kader van het ARBO Convenant Agrarische Sectoren.

De uitvoering van het onderzoek is mogelijk gemaakt door de bereidwillige medewerking van :

Wilma Bouw bv, Heijmans Wegenbouw b.v., Tonsel Hoveniersbedrijven b.v., Heidemij Realisatie b.v. en de gemeenten Ridderkerk en Zevenaar.

Op deze plaats wil de Nederlandse Kankerbestrijding/KWF alle betrokkenen bij de Kijk-uit-voor-je-huid pilots voor buitenwerkers hartelijk dankzeggen voor hun medewerking.
Speciale dank gaat uit naar:

Wilma Bouw BV
Heijmans NV
Heidemij Realisatie
Stigas
gemeente Ridderkerk
gemeente Zevenaar
ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
RBGD Rotterdam
Arbodienst Oost-Gelderland
Tonsel Groenvoorzieningen

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

1. Samenvatting

In Nederland worden jaarlijks 20.000 gevallen van huidkanker geconstateerd. De verspreiding ervan over de beroepsbevolking is niet bekend, maar bekend is dat personen die beroepshalve veel buiten zijn een groep met een hoger risico vormen.

Nederland telt ruim 500.000 buitenwerkenden, van wie zo'n 150.000 in de bouw, ruim 282.000 in de land- en tuinbouw, 65.000 in grond-, water- en wegenbouwkundige bedrijven en 7.500 in hoveniersbedrijven.

Deze bevindingen vormden voor het KWF in 1995 één van de aanleidingen om een proefproject op te zetten en zij heeft het NIA en ResCon gevraagd daartoe een interventieprogramma te ontwikkelen en de praktische bruikbaarheid daarvan te onderzoeken. In verband daarmee is gedurende de zomermaanden van 1995 op een tweetal bouwplaatsen van Wilma Bouw b.v. (Zoetermeer en Roermond) het programma 'Kijk uit voor je huid' uitgevoerd. In dit programma is er naar gestreefd bescherming tegen teveel UV-straling door de zon via het geven van voorlichting en het treffen van maatregelen te bevorderen en te integreren in het ARBO-beleid.

Er zijn voor bedrijven ruwweg drie redenen te noemen om werk te maken van bescherming van buitenwerkers tegen overmatige blootstelling aan UV-straling door de zon. Zo is er een bedrijfseconomische reden om aandacht aan het onderwerp te schenken. Aandacht aan de genoemde materie kan een bijdrage leveren aan het voorkómen van ziekteverzuim ten gevolge van acute verbranding van de huid of van verlaagde produktiviteit door verbranding van de huid. Een tweede reden om aandacht aan de materie te geven is het feit dat het een uiting genoemd kan worden van goed werkgeverschap. Een derde reden houdt verband met wettelijke verplichtingen. In het kader van de ARBO-wet dient de werkgever aandacht te besteden aan veiligheid, gezondheid en welzijn van de werknemer. Huidkanker is niet een ziekte die alleen op oudere leeftijd voorkomt. Cijfers wijzen uit dat de belangrijkste vormen van huidkanker ook op 'arbeidzame' leeftijd (15-65) voorkomen. Van de geregistreerde basaalcelcarcinomen in 1995 komt 36% voor in de leeftijdsgroep tussen 15 en 60 jaar. Van de geregistreerde plaveiselcelcarcinomen komt 16% voor in de genoemde leeftijdscategorie en 71% van de geregistreerde melanomen.

Op basis van een beperkte, kwalitatieve evaluatie, is geconcludeerd dat de activiteiten een zeer succesvol verloop hebben gehad. De reacties van de betrokken medewerkers van Wilma Bouw op de twee bouwlocaties waren overwegend zeer positief.

Gesteund door dit succes heeft het KWF besloten om de actie 'Kijk uit voor je huid' in de zomer van 1996 uit te breiden naar een aantal andere bedrijven met veel buitenwerkers, zoals de wegenbouw en de agrarische sector.

Gedurende de zomermaanden (1996) is op initiatief van het KWF in samenwerking met het NIA door bedrijven en gemeentelijke diensten een reeks van samenhangende activiteiten uitgevoerd. Deze activiteiten betroffen zowel het treffen van voorzieningen als het geven van voorlichting geïntegreerd in het bedrijfs- ARBObeleid. Ze vonden plaats op een aantal bouwplaatsen van Wilma Bouw b.v., op een aantal bouwplaatsen van Heijmans Wegenbouw b.v. en in een tweetal gemeenten (Ridderkerk en Zevenaar).

De activiteiten zijn begeleid door middel van onderzoek. In dat onderzoek is zowel getracht vast te stellen wat het effect is van het uitvoeren van een aantal samenhangende

interventies op het zongedrag van buitenwerkers (effect-evaluatie) als ook vast te stellen onder welke condities effecten optreden (proces-evaluatie).

Verder is, bij wijze van een eerste oriëntatie een inventariserend onderzoek uitgevoerd bij enkele bedrijven werkzaam in de groenvoorziening/ bosbouw (Tonsel Hovenviersbedrijven en Heidemij Realisatie). Belangrijkste doel van laatstgenoemd onderzoek was een eerste indruk te krijgen van de haalbaarheid van het introduceren van interventies m.b.t. 'Kijk uit voor je huid' in deze branche.

In hoofdstuk 1 van het rapport wordt wat nader ingegaan op bovengenoemde aanleiding.

In hoofdstuk 2 wordt het doel en de opzet van het onderzoek uiteengezet.

Het onderzoek heeft plaatsgevonden bij een woningbouwbedrijf (Wilma Bouw b.v.), bij een wegenbouwbedrijf (Heijmans Wegenbouw b.v.), een tweetal gemeenten (met diverse typen buitenwerkers) en een tweetal bedrijven in de 'agrarische sector'

Het onderzoek heeft tot doel een antwoord te formuleren op een drietal vraagstellingen:

- a. wat zijn de effecten van deelname aan de actie 'Kijk uit voor je huid' op kennis, houding en gedrag van buitenwerkers m.b.t. het nemen van beschermende maatregelen tegen te veel zon
- b. hoe verloopt de implementatie van het programma en in hoeverre zijn medewerkers in betrokken bedrijven tevreden over (de verschillende onderdelen van) het programma.
- c. hoe staat het met kennis, houding en gedrag bij buitenwerkenden in de agrarische sector (groenvoorziening / bosbouw) t.a.v. het vermijden van risico's van blootstelling aan UV uit zonlicht en in hoeverre ziet men mogelijkheden om deze risico's te vermijden.

De eerste twee vraagstellingen zijn met name geformuleerd t.a.v. bedrijven in de woning- en wegenbouw en t.a.v. 'buitenwerkenden' in gemeenten. De vraagstellingen zijn er met name op gericht vast te stellen wat de effectiviteit is van (voorlichtings)activiteiten op het terrein van 'Kijk uit voor je huid' en hoe het effect (of het uitblijven ervan) verklaard kan worden. De derde vraagstelling heeft meer een inventariserend karakter en heeft tot doel vast te stellen wat de haalbaarheid is van toekomstige acties in de 'agrarische sector' (in het bijzonder de groenvoorziening / bosbouw).

De (empirische onderzoeks-)literatuur over de mogelijkheden om 'buitenwerkers' aan te zetten tot 'zonbewust' gedrag is vrij beperkt. Beschikbare literatuur is voornamelijk afkomstig uit Australië en heeft met name betrekking op pogingen tot beïnvloeden van kennis, attitudes en gedrag bij het algemene publiek.

Uit het (schaarse) onderzoek dat op de werkplek is uitgevoerd komt naar voren dat het bevorderen van veiligheid en gezondheid op de werkplek meer en beter wordt gegarandeerd door het treffen van technische voorzieningen dan te vertrouwen op gedragsverandering door louter voorlichting.

Op basis van de geformuleerde vraagstellingen en bevindingen uit de literatuur zijn in het onderzoek onder alle genoemde bedrijven / gemeentelijke instellingen de volgende variabelen betrokken:

- achtergrondkenmerken: geslacht, leeftijd, functie, aantal jaren werkzaam in de betreffende functie, aantal uren dat men wekelijks in open lucht verblijft, huidtype
- houding: t.a.v. aandacht voor veiligheid en gezondheid op de werkplek (algemeen) en t.a.v. aandacht voor bescherming van de huid tegen de zon op het werk

- mate waarin men aangeeft eerder informatie over het onderwerp gezien of gehoord te hebben
- kennis
- risicoperceptie (veronderstelde kwetsbaarheid + eigen mogelijkheden om het risico te beperken)
- mate waarin men met anderen over het onderwerp praat en zich in gedrag door hen laat beïnvloeden
- treffen van beschermende maatregelen

Bij bedrijven en gemeentelijke instellingen waar de actie 'Kijk uit voor je Huid' heeft plaatsgevonden (Wilma Bouw, Heijmans Wegenbouw en de gemeenten Zevenaar en Ridderkerk) is verder nagegaan:

- wat de opvattingen zijn over de actie 'Kijk uit voor je huid' algemeen
- wat de veronderstelde leereffecten van de campagne zijn
- wat de waardering voor de specifieke onderdelen is.

De voor de beantwoording van de driedelige vraagstelling benodigde gegevens zijn verzameld door middel van schriftelijke vragenlijsten en mondelinge interviews.

Ten behoeve van de beantwoording van de **eerste vraagstelling** ('wat zijn de effecten van deelname aan de actie 'Kijk uit voor je huid' op kennis, houding en gedrag van buitenwerkers m.b.t. het nemen van beschermende maatregelen tegen te veel zon') zijn:

- bij Wilma Bouw in een drietal rayons en bij Heijmans Wegenbouw in een viertal rayons waarin de actie 'Kijk uit voor je huid' uitgevoerd zou worden alle medewerkers (in mei 1996) benaderd met het verzoek aan het onderzoek mee te doen. Een zelfde soort verzoek is gedaan aan medewerkers in één rayon van Wilma Bouw en in één rayon van Heijmans Wegenbouw die niet hebben deelgenomen aan de actie 'Kijk uit voor je huid'. In totaal zijn 224 medewerkers benaderd (76 in de aan de actie deelnemende rayons en 117 in rayons die niet aan de actie deelnemen. Op dezelfde wijze zijn medewerkers die hebben deelgenomen aan de voormeting, eind augustus 1996 wederom met een dergelijk verzoek benaderd.
- in de gemeente Ridderkerk en Zevenaar respectievelijk 90 en 50 medewerkers in de buitendienst benaderd met het verzoek aan het onderzoek deel te nemen.

Het verzoek tot deelname omvatte het invullen en terugsturen van een schriftelijke vragenlijst (invultijd 15-20 minuten).

Ten behoeve van de **tweede vraagstelling** ('hoe verloopt de implementatie van het programma en in hoeverre zijn medewerkers in betrokken bedrijven tevreden over (de verschillende onderdelen van) het programma') zijn **voorafgaand aan de actie** gesprekken gevoerd met contactpersonen (meestal arbocoördinatoren, personeelsfunctionarissen) van betreffende bedrijven / gemeenten.

In deze gesprekken is nagegaan:

- in hoeverre er een draagvlak bestaat / verkregen kan worden voor voorlichting rond 'Kijk uit voor je huid'
- in hoeverre activiteiten inpasbaar zijn in het bedrijfsgezondheids- c.q. arbobeleid
- hoe vorm en inhoud kan worden gegeven aan communicatieve activiteiten, gelet op de bestaande communicatiestructuur en gelet op het algemene kader van arbozorg in het bedrijf. Uitgangspunt is dat zoveel mogelijk aangesloten wordt bij de in het bedrijf bestaande voorlichtings- en communicatiestructuur.

Tijdens de actie zijn bij Wilma Bouw en Heijmans Wegenbouw gesprekken gevoerd op bouwplaatsen met uitvoerende medewerkers. Verder is door middel van een korte schriftelijke vragenlijst tijdens de uitvoering van de actie bij alle uitvoerders van Heijmans Wegenbouw en arbo-coördinatoren, bedrijfsleiders en uitvoerders van Wilma Bouw op de bij de actie betrokken bouwplaatsen geïnventariseerd wat goed of minder verliep tijdens de actie.

Ten behoeve van **de derde vraagstelling** ('hoe staat het met kennis, houding en gedrag bij buitenwerkenden in de agrarische sector (groenvoorziening / bosbouw) t.a.v. het vermijden van risico's van blootstelling aan UV uit zonlicht en in hoeverre ziet men mogelijkheden om deze risico's te vermijden') zijn 100 medewerkers van Tonsel Hoveniersbedrijven en 25 medewerkers van Heidemij Realisatie benaderd met het verzoek éénmalig mee te doen aan een onderzoek door het invullen van een schriftelijke vragenlijst. De vragenlijst die daarvoor gebruikt is, is dezelfde als die van de voormeting bij Wilma Bouw en Heijmans Wegenbouw.

De respons op de voormeting bij medewerkers in de (wegen)bouw in rayons waar de actie 'Kijk uit voor je huid' is uitgevoerd (experimentele groep) bedraagt 70%. Van de medewerkers in de (wegen)bouw die niet zijn blootgesteld aan de actie, maar die wel verzocht zijn om mee te doen aan het onderzoek (controle groep) heeft bij de voormeting 75% een schriftelijke vragenlijst ingevuld. Deze, respectievelijk 156 (exp.groep) en 88 (controle groep) zijn een tweede keer benaderd met het verzoek mee te doen aan een nameting. Respectievelijk 86% en 94% gaven gehoor aan deze oproep.

Aan medewerkers bij gemeenten is gevraagd een vragenlijst in te vullen na afloop van de actie 'Kijk uit voor je huid'. De respons in deze groep bedraagt 58%.

De respons onder medewerkers in de groenvoorziening /bosbouw, die niet hebben deelgenomen aan de interventies in het kader van de actie 'Kijk uit voor je huid' bedraagt in totaal 39%.

De schriftelijke inventarisatie bij arbocoördinatoren, bedrijfsleiders en uitvoerders bij Wilma Bouw en uitvoerders bij Heijmans Wegenbouw (in het kader van de procesevaluatie omschreven in de tweede vraagstelling) leverde respectievelijk een respons op van 85% en 84%.

Alle in het onderzoek betrokken **medewerkers in de (wegen)bouw** zijn mannen. In de meeste gevallen gaat het om timmerlieden en grondwerkers. Hun gemiddelde leeftijd is 40,7 jaar. De meeste respondenten (67%) in de (wegen)bouw zijn al meer dan 10 jaar in hun huidige functie werkzaam. De meeste respondenten (83%) verblijven 's zomers op hun werk meer dan 6 uur per dag in de open lucht. Ruim de helft van de respondenten (54%) zou hun normale kleur van de huid als 'lichtbruin, verbrandt soms, wordt gemakkelijk bruin' omschrijven.

De **medewerkers bij gemeenten** die aan het onderzoek hebben deelgenomen bestaan voor 95% uit mannen en 5% uit vrouwen. De functies die zij vervullen lopen uiteen en betreffen o.a. de groenvoorziening, stadsreiniging, openbare werken e.d. Hun gemiddelde leeftijd is 44 jaar. De meeste respondenten (47%) zijn al meer dan 10 jaar in hun huidige functie werkzaam; 28% zegt de huidige functie 5-10 jaar uit te oefenen. De meeste respondenten (61%) verblijven 's zomers op hun werk meer dan 6 uur per dag in de open lucht. Ook in deze onderzoeksgroep komt het huidtype 'lichtbruin, verbrandt soms, wordt gemakkelijk bruin' het vaakst voor (53%).

De medewerkers in de '**agrarische sector**' zijn voornamelijk werkzaam in de groenvoorziening en in de bosbouw. Het gaat in alle gevallen om mannen. Hun gemiddelde leeftijd

is 30 jaar. De meeste respondenten (34%) zijn 2-4 jaar in dienst. Gemiddeld werkt men 40 uur per week. Ruim 90% van de ondervraagden verblijft meer dan 6 uur per dag in de open lucht. Voor wat betreft de beschrijving van het huidtype geeft ruim de helft van de respondenten aan een 'lichtbruin huidtype, verbrandt soms, wordt gemakkelijk bruin' te hebben.

In **hoofdstuk 3** worden de belangrijkste resultaten uit de verschillende deelonderzoeken besproken aan de hand van de in hoofdstuk 2 geformuleerde vraagstellingen. Met name is daarbij worden ingegaan op de kwantitatieve onderzoeksgegevens die verzameld zijn in het kader van de beantwoording van de eerste (vraagstelling m.b.t. de effectiviteit van de actie 'Kijk uit voor je huid') en de derde vraagstelling van het onderzoek (onderzoek naar kennis, houding en gedrag bij medewerkers in de groenvoorziening /bosbouw).

Uit de resultaten komt naar voren dat aandacht voor veiligheid en gezondheid op het werk door nagenoeg alle respondenten in de (wegen)bouw en bij gemeenten terecht wordt gevonden. Desgevraagd geven medewerkers in de (wegen)bouw het terecht te vinden als er aandacht op het werk zou worden besteed aan stoppen met roken (45%) en aan het gebruik van alcohol op het werk (85%). Voor wat betreft het geven van aandacht aan bescherming van de huid tegen de zon ligt dat percentage voor zowel medewerkers in de (wegen)bouw als voor medewerkers bij gemeenten zelfs boven de 90%.

Respondenten in de (wegen)bouw geven voorafgaand aan de actie aan dat de aandacht, die aan laatstgenoemd onderwerp op het werk werd besteed wordt, onvoldoende is. Na de actie 'Kijk uit voor je huid' is dat percentage gedaald tot 41%. Medewerkers in gemeenten zijn in 27% van de gevallen van mening dat de aandacht voor het onderwerp na de actie nog onvoldoende is.

De meeste respondenten (75%) rekenen het treffen van maatregelen ter bescherming van de huid tegen de zon primair tot hun eigen verantwoordelijkheid. Ruim een derde rekent dat (ook) tot de taak van de werkgever.

De houding t.a.v. het onderwerp 'Kijk uit voor je huid' was vrij positief en is na de actie in het algemeen nog positiever geworden. Vond aanvankelijk ca. 30% van de ondervraagden in de (wegen)bouw voorlichting over huidkanker op het werk overdreven, na de actie neemt dat percentage af tot ca. 20%. Dat geldt overigens zowel voor de experimentele als voor de controlegroep. Beide groepen geven ook in gelijke mate aan zich bewuster te zijn geworden van de schadelijke werking van te veel blootstelling aan de zon.

In het algemeen geven respondenten aan vóór de actie Kijk uit voor je Huid een negatieve opvatting te hebben omtrent het dragen van beschermende kleding als de zon schijnt, omdat ze plakkerig en zweterig aanvoelt. Na de actie is men daar in de experimentele groep (wegen)bouwers (die beschermende kleding uitgereikt hebben gekregen) significant positiever over gaan denken in vergelijking met de controlegroep die geen kleding verstrekt heeft gekregen.

Om vast te stellen of de ondervraagden al eens eerder met het onderwerp 'risico op het krijgen van huidkanker door teveel zon' in aanraking zijn geweest is hen zowel vóór als na de actie gevraagd of zij hierover al eens eerder iets gezien, gehoord of gelezen hebben. In verreweg de meeste gevallen worden vóór de actie door respondenten uit de (wegen)bouw de massamedia (radio, t.v. en krant) het vaakst genoemd als bron van informatie. Ook na de actie is dat het geval.

Uiteraard treedt er op de nameting een significante verschuiving op in de mate waarin men in de experimentele groep (in de (wegen)bouw) aangeeft iets op het werk gemerkt te hebben van het onderwerp. Respondenten uit de controlegroep (wegen)bouwers geven overigens in de nameting in sterkere mate dan respondenten uit de experimentele groep aan iets te hebben gehoord of gezien op respectievelijk de radio en de t.v. ($p=.01$). Verder treden er wel verschuivingen op in de wijze waarop men informatie heeft waargenomen (respondenten in de experimentele groep zeggen bijvoorbeeld vaker iets gelezen te hebben uit een folder), deze zijn echter niet significant op $p=.05$ -niveau. De informatiebronnen die worden genoemd door medewerkers bij gemeenten zijn in grote lijnen dezelfde als die genoemd zijn door buitenwerkenden in de (wegen)bouw. Ook in deze groep worden radio/t.v. en krant het vaakst genoemd als informatiebron. Opvallend is echter dat medewerkers bij gemeenten in slechts 17% van de gevallen 'het werk' als informatiebron noemen. Bij (wegen)bouwers ligt dat percentage na de actie op 48%.

Kennis over huidkanker en over het treffen van maatregelen ter bescherming van de huid tegen de zon is bij respondenten in de (wegen)bouw in redelijke mate aanwezig (kennis is bij medewerkers van gemeenten niet gemeten). Na de actie is het kennisniveau wat verder toegenomen; die toename kan echter niet worden toegeschreven aan voorlichtingsactiviteiten op het werk. De toename in de experimentele groep en de controle groep verschilt namelijk niet van elkaar.

De actie 'Kijk uit voor je huid' heeft er toe bijgedragen dat zowel op het werk als thuis meer over het onderwerp gesproken wordt. Gaf 53% van de ondervraagden in de (wegen)bouw aan voor de actie nooit over het onderwerp op het werk te praten, na de actie is dat percentage in zowel de experimentele groep als in de controle groep gedaald. De daling in de experimentele groep is echter significant sterker. Na de actie zegt 10% van de ondervraagden in de (wegen)bouw vaak en 65% 'soms' over het onderwerp op het werk te praten; thuis zegt 16% er vaak en 65% soms over te praten.

Bij medewerkers in de gemeenten worden in de eenmalige nameting vergelijkbare percentages gevonden.

Men voelt zich na de actie ook in sterkere mate aangemoedigd om op de huid te letten. Laatste geldt overigens voor zowel respondenten uit de experimentele- als uit de controle groep.

Tengevolge van de actie 'Kijk uit voor je huid' zijn medewerkers in de (wegen)bouw significant vaker van mening dat zij teveel in de zon verblijven. Was voor de actie 25% van de ondervraagden deze mening toegedaan, na de actie is dat percentage (in de experimentele groep) gestegen tot 44%. Ook respondenten in de controlegroep zijn vaker deze mening toegedaan, maar in minder sterke mate. De mate waarin men denkt een grotere kans te hebben (in vergelijking met mensen die binnen werken) op huidkanker, stijgt ook. Deze stijging is voor respondenten in de experimentele- en controlegroep identiek. Niet alleen de risicoperceptie neemt toe, ook de mate waarin men ervan overtuigd is zelf een bijdrage te kunnen leveren aan het vermijden van risico.

Zo'n 65% van alle ondervraagden, die hebben deelgenomen aan de actie (zowel bij gemeenten als in de (wegen)bouw) zien goede mogelijkheden om zich te beschermen tegen de zon, zonder zich daar extra voor in te spannen. De beste mogelijkheden ziet men in het dragen van een pet met klep en het insmeren met zonnebrandcrème. Maar ook het dragen van beschermende kleding ziet men in de (wegen)bouw in toenemende mate tot de mogelijkheden behoren. Het werk zo indelen dat men tussen 12 en 3 uur zoveel

mogelijk in de schaduw werkt, zag men voor de actie al als problematisch; na de actie verandert dat nauwelijks.

Ten gevolge van de actie 'Kijk uit voor je huid' zijn er enkele duidelijke veranderingen in het gedrag van medewerkers in de (wegen)bouw te signaleren. Voor wat betreft het dragen van een overall / broek met lange pijpen geven respondenten in de experimentele groep aan nagenoeg hetzelfde gedrag te vertonen als bij de voormeting. Rond de 40% van de ondervraagden zegt, ook als het warm is, een shirt met lange mouwen of een broek met lange pijpen / of overall te dragen. In de controlegroep is echter sprake van een duidelijke afname in de mate waarin men aangeeft deze beschermende maatregel te nemen als men 's zomers langere tijd buiten werkt.

Voor wat betreft het dragen van een pet/ helm met nekflap neemt het gebruik in de experimentele groep significant sterker toe dan in de controle groep. Dat geldt ook voor het insmeren met zonnebrandcrème. Overigens smeert men zich in beide groepen (experimentele en controle groep) nauwelijks in op de voorgeschreven wijze (één maal per twee uur). In de meeste gevallen geeft men aan zich één tot enkele malen per dag in te smeren.

Medewerkers in gemeenten dragen in vergelijking met medewerkers in de (wegen)bouw vaker een overall, maar weer minder vaak een pet met nekflap. Bijna 75% van de ondervraagden in de 'gemeentegroep' zegt 's zomers als men langere tijd buiten werkt toch een overall te dragen. In 19% van de gevallen draagt men een pet. Het gebruik van zonnebrandcrème ligt percentueel weer hoger dan in de groep (wegen)bouwers (85%), maar ook hier geldt dat het insmeren met crème vrijwel niet op de voorgeschreven wijze (één maal per twee uur) gebeurt.

Het percentage (wegen) bouwers dat regelmatig tracht tussen 12 en 3 uur zoveel mogelijk de schaduw te zoeken neemt weliswaar iets toe (zowel in de experimentele als in de controle groep) maar blijft laag (9%). Een ongeveer vergelijkbaar percentage medewerkers in gemeenten doet een poging in deze richting.

In het kader van de beantwoording van de derde vraagstelling van het onderzoek, wordt in hoofdstuk 3 ook een beschrijving gegeven van de belangrijkste resultaten van het onderzoek onder **medewerkers in de groenvoorziening / bosbouw**.

Het onderzoek onder medewerkers in de groenvoorziening en bosbouw is vooral bedoeld om een beeld te krijgen van het draagvlak dat bestaat in deze sector voor eventuele toekomstige activiteiten in het kader van 'Kijk uit voor je huid'.

Ook de medewerkers in deze onderzoeksgroep staan zeer positief tegenover aandacht voor veiligheid en gezondheid op het werk in het algemeen en tegenover aandacht voor bescherming van de huid tegen de zon in het bijzonder: 95% van de ondervraagden vindt aandacht voor dat onderwerp terecht. De mate waarin dat nu gebeurt wordt door de meeste ondervraagden als onvoldoende bestempeld. Slechts 12% is van mening dat op het werk voldoende aandacht aan het onderwerp wordt besteed.

Bescherming van de huid tegen teveel zon wordt door de meeste (80%) medewerkers in de groenvoorziening primair tot hun eigen verantwoordelijkheid gerekend. Voorlichting op het werk over huidkanker wordt als zinvol ervaren: 88% van de respondenten is het oneens met de uitspraak dat voorlichting daarover op het werk overdreven is.

Medewerkers in de groenvoorziening geven in 50% van de gevallen aan goede mogelijkheden te zien op het werk om zich tegen de zon te beschermen. Het soort maatregelen dat men daarvoor moet treffen wordt niet altijd als even haalbaar en /of welkom ervaren. Zo is 83% van de ondervraagden van mening zich door het dragen van beschermende kleding in het werk ongemakkelijk en zweterig te voelen. Ook geeft ruim de helft van de ondervraagden aan door het gebruik van zonnebrandcrème een vette en plakkerige huid te krijgen.

De meeste ondervraagden geven aan al eerder op een of andere manier in aanraking te zijn gekomen met informatie over de relatie zon en huidkanker. Zelfs wat vaker dan bij medewerkers in de (wegen)bouw bij de voormeting. Met name artikelen in de krant en aandacht op radio en t.v. zijn niet onopgemerkt gebleven.

Ook zegt zo'n 17% van de ondervraagden op het werk iets gezien, gehoord of gelezen heeft over het onderwerp.

Het kennisniveau van de ondervraagde medewerkers in de groenvoorziening is vrij goed als men dat vergelijkt met respondenten uit de (wegen)bouw groep. Het percentage goede antwoorden op de gestelde kennisvragen komt nagenoeg overeen met het percentage goede antwoorden dat in de (wegen)bouwgroep is gegeven na deelname aan de actie! Ook voor wat betreft de mate waarin de ondervraagden aangeven met collega's over bescherming van de huid tegen de zon te praten, zijn zij vergelijkbaar met respondenten in de (wegen)bouw en bij gemeenten. Ruim de helft geeft aan er soms (49%) of regelmatig (5%) over te praten. Thuis komt het onderwerp wat meer ter sprake: 5% praat er thuis regelmatig over en 62% soms.

Als men ziet dat anderen zich beschermen tegen de zon, dan werkt dat voor bijna een derde van de respondenten stimulerend op hun eigen gedrag. Familieleden spelen, naar hun zeggen, daarin weer geen rol.

Bijna 40% van de ondervraagde medewerkers in de groenvoorziening zijn van mening dat ze te veel in de zon verblijven. Veel sterker dan de respondenten in de (wegen)bouw en bij gemeenten zijn zij van mening dat zij, in vergelijking met mensen die niet buiten werken, een grotere kans hebben op het krijgen van huidkanker. Bijna driekwart van de ondervraagden is van mening een hogere kans te hebben.

Ruim 60% van de ondervraagden is tegelijkertijd van mening dat zij zonder veel inspanning zelf veel kunnen doen om die kans zo klein mogelijk te houden.

Net als voor medewerkers in de (wegen)bouw en bij gemeenten geldt voor de meeste respondenten in de groenvoorziening dat het nauwelijks tot niet mogelijk is om het werk zo in te delen dat men tussen 12 en 3 uur zoveel mogelijk in de schaduw werkt. Slechts 5% van de ondervraagden ziet daartoe goede mogelijkheden. Bijna 70% van de ondervraagden ervaart het dragen van een overall of een lange broek en shirt met lange mouwen als lastig. Minder problemen heeft men met het dragen van een pet of het regelmatig gebruiken van zonnebrandcrème.

Hoewel bijna 70% van de ondervraagden in de groenvoorziening aangeeft het lastig te vinden om ook bij warm weer een overall of een broek met lange pijpen en een shirt met lange mouwen te dragen, geeft 58% van de ondervraagden aan altijd een overall (of broek met lange pijpen) te dragen.

Ongeveer 30% zegt altijd een shirt met lange mouwen te dragen. Ook het dragen van een pet ter bescherming tegen de zon tijdens het werk is bij de ondervraagden geen gemeengoed: 60% geeft aan dat nooit te doen.

Insmeren met zonnebrandcrème op het werk tenslotte wordt door 37% van de ondervraagden nooit gedaan. De 63% van de respondenten die zeggen dat wel te doen, doen dat met wisselende frequentie.

Als men medewerkers in de groenvoorziening (die niet hebben deelgenomen aan de voorlichtingsacties op de werkplek) vergelijkt met medewerkers in de (wegen)bouw (vóór deelname aan de actie), dan komt naar voren dat zij op een aantal punten nog wat positiever scoren dan medewerkers in laatstgenoemde groep. Zo scoren zij bijvoorbeeld iets beter t.a.v. kennis over huidkanker en mogelijkheden om zich te beschermen tegen teveel zon en zijn zij minder vaak van mening dat voorlichting over huidkanker op het werk overdreven is.

Bij vergelijking tussen medewerkers bij gemeenten die in de groenvoorziening werkzaam zijn en medewerkers die bij andere gemeentelijke diensten werken, worden geen belangrijke verschillen in kennis, houding of gedrag t.a.v. het treffen van beschermende maatregelen voor de huid tegen de zon gevonden.

In **hoofdstuk 4** wordt een antwoord geformuleerd op de tweede vraagstelling van het onderzoek, waarin wordt ingegaan op de wijze waarop de actie verlopen is en hoe deze door betrokkenen gewaardeerd is.

Bij Heijmans Wegenbouw en Wilma bouw is het hele pakket van maatregelen geïntroduceerd. Dat wil zeggen, dat naast voorlichting ook beschermende kleding is verstrekt aan (een beperkt aantal) werknemers en zonnebrandcrème beschikbaar is gesteld. Bij een beperkt aantal werknemers van Wilma Bouw is een uitgebreid kledingpakket verstrekt (volgens de Procloth-lijn van Ten Cate). Bij beide bedrijven is in de voorbereiding een pakket voorlichtingsmaterialen samengesteld voor zowel het leidinggevend kader als voor de werknemers (folders en stickers). Om de interventie zo reëel mogelijk uit te voeren, is van te voren afgesproken dat de voorlichtingsactiviteiten zo veel mogelijk door de bedrijven zelf uitgevoerd zouden worden. Hierbij moest ook zoveel mogelijk gebruik worden gemaakt van de bestaande communicatiekanalen, voorlichting- en instructieprocedures.

Met name bij Heijmans Wegenbouw verschilden de rayons, waarin de actie is gevoerd, nogal wat betreft het arbo-beleid en de communicatiestructuur. Het karakter van de voorlichtingsactiviteiten was dan ook verschillend.

In de gemeenten Ridderkerk en Zevenaar is het onderwerp 'Kijk uit voor je huid' op de agenda gekomen, omdat de Arbodienstmedewerkers het in de RI&E (risico-inventarisatie en -evaluatie) hebben aangekaart. Daarin is geadviseerd het onderwerp prioriteit te geven. De gemeenten hebben het vervolgens in hun arbojaarplan opgenomen.

Ook in de twee deelnemende gemeenten waren er enkele verschillen in de wijze waarop invulling is gegeven aan de actie 'Kijk uit voor je huid'.

In beide gemeenten is voorlichting gegeven en is zonnebrandcrème verstrekt. Er is echter geen beschermende kleding uitgereikt (met uitzondering van een T-shirt in de gemeente Zevenaar).

Voor alle genoemde bedrijven en gemeentelijke diensten geldt in elk geval dat de medewerking en het enthousiasme bij het uitvoeren van de activiteiten groot was.

In het algemeen kan gesteld worden dat het draagvlak voor de activiteiten die in het kader van 'Kijk uit voor je huid' plaatsvinden groot is. Vooralsnog bestaat er de bereidheid bij bedrijfs- en gemeentelijk management en arbocoördinatoren om activiteiten in het kader van 'Kijk uit voor je huid' een structureel onderdeel te laten zijn van het ARBO-beleid. Dit manifesteert zich onder meer door opname van de activiteiten in het ARBO-jaarplan.

Uit de gevoerde gesprekken (en schriftelijke vragenlijsten onder arbo-coördinatoren, bedrijfsleiders en uitvoerders) omtrent de zinvolheid en de haalbaarheid van het treffen van beschermende maatregelen, komt een beeld naar voren dat aansluit bij gegevens die verzameld zijn onder medewerkers die aan het schriftelijke vragenlijst-onderzoek hebben meegedaan.

Zo is het dragen van een lange broek voor sommigen een vanzelfsprekendheid (bijv. bij stratenmakers, medewerkers openbare werken bij gemeente), maar voor anderen weer juist niet. Datzelfde geldt voor het gebruik van crème en dragen van een pet. Werken in de schaduw wordt door sommigen zoveel mogelijk gedaan (woningbouw), maar is voor anderen onuitvoerbaar (groenvoorziening, wegenbouw).

Van groot belang is dat de kleding die verstrekt wordt van hoge kwaliteit is. De bereidheid om dergelijke kleding te dragen lijkt toe te nemen als deze zich onderscheidt van 'gewone kleding'.

De verstrekte crème wordt op zich wel positief beoordeeld, maar wordt niet steeds in voldoende mate gebruikt. Soms is dat omdat insmeren met crème en werken in een stoffige omgeving zich niet laat combineren. Een andere belangrijke reden is het weer van afgelopen zomer dat niet erg uitnodigde tot het insmeren met zonnebrandcrème. Ook al is dan toch insmeren noodzakelijk, de acceptatie / motivatie bij werknemers is niet erg groot als het bewolkt is.

De communicatiekanalen die in de verschillende bedrijven / gemeenten gebruikt zijn, zijn doorgaans goed geschikt om voorlichting te geven. Het door het KWF verstrekte materiaal vormt daar een goede aanvulling op. De aandacht in de landelijke media (krant, t.v. en radio wordt als zeer positief ervaren.

Uit gesprekken komt naar voren dat persoonlijke gesprekken en groepsbijeenkomsten meer effect lijken te sorteren dan schriftelijk voorlichtingsmateriaal. Verder wordt aangegeven dat de voorlichting soms wat te algemeen is en onvoldoende ingaat op persoonlijke gevolgen voor de werknemers.

Over de actie 'Kijk uit voor je huid' in zijn geheel zijn de meeste ondervraagden positief. Ruim 80% van de ondervraagden in de (wegen)bouw en meer dan 90% van de ondervraagde medewerkers bij gemeenten beoordeelt de actie 'redelijk tot goed'

Men geeft aan door de actie (veel) meer over de mogelijkheden die men heeft om de huid te beschermen tegen de zon te weten te zijn gekomen en door de actie ook meer beschermende maatregelen te zijn gaan nemen. Laatste geldt voor een derde van medewerkers in de (wegen)bouw en voor bijna 60% van de ondervraagde gemeente medewerkers.

Ook de verschillende onderdelen in de actie worden over het algemeen positief beoordeeld. Dat geldt voor de verstrekte informatie en de verstrekte kleding (voor zover van toepassing) en crème. Toch zijn er ook wel punten van kritiek.

Zo geeft 40% van de ondervraagden aan de pet niet gedragen te hebben, meestal omdat deze niet prettig zit / geen goede pasvorm heeft. Twintig procent van de ondervraagden heeft het verstrekte shirt niet gedragen, ook veelal om de pasvorm of omdat het materiaal toch te dik werd bevonden.

De actie 'Kijk uit voor je huid' dient zich volgens vrijwel alle ondervraagden niet tot een eenmalige gebeurtenis te beperken. Vrijwel alle ondervraagden vinden een dergelijke actie zinvol om jaarlijks te herhalen, zij het dat niet alle onderdelen elk jaar evenveel aandacht behoeven. De meesten zijn het er in elk geval over eens dat voorlichting over het onderwerp ieder jaar op de agenda dient te staan. Tweederde van de medewerkers in de (wegen)bouw vinden dat daarnaast elk jaar kleding verstrekt moet worden, terwijl medewerkers bij gemeenten juist aangeven dat het verstrekken van zonnebrandcrème elk jaar dient te geschieden.

2. Conclusies en aanbevelingen

De belangrijkste conclusie die uit het onderzoek getrokken kan worden is dat activiteiten op de werkplek, gericht op het stimuleren van het nemen van beschermende maatregelen tegen teveel blootstelling van de huid aan de zon op een groot draagvlak kunnen rekenen. Dat geldt voor 'buitenwerkers' in de (wegen)bouw, bij gemeentelijke diensten en voor mensen werkzaam in de groenvoorziening en bosbouw.

Voor zover men aan de interventies heeft deelgenomen geeft men aan dat deze een positieve bijdrage hebben geleverd aan de kennis over mogelijkheden om het risico op het krijgen van huidkanker zoveel mogelijk te beperken en geeft men aan meer beschermende maatregelen te zijn gaan treffen. Ruim 40% van de deelnemers aan de actie geeft aan ook na de actie nog van mening te zijn dat het onderwerp nog te weinig aandacht krijgt op het

werk. Op grond van deze bevindingen wordt de volgende aanbeveling geformuleerd:

Het verdient aanbeveling om de aandacht voor het treffen aan maatregelen ter bescherming van de huid aan te hoge blootstelling aan de zon (UV-straling) verder te intensiveren. Deze intensivering is enerzijds gericht op verbreding naar meerdere groepen buitenwerkers (in de (wegen)bouw, agrarische sector, groenvoorziening etc.), anderzijds op het stimuleren van bedrijven / gemeentelijke instellingen het onderwerp een vast onderdeel te laten vormen in het ARBO-beleid.

Uit het onderzoek komt naar voren dat de houding die men heeft t.a.v. het treffen van maatregelen ter bescherming van de huid tegen de zon en de voorlichting daarover al vrij positief is. Verder komt naar voren dat na blootstelling aan de (voorlichtings)activiteiten op de werkplek de kennis over het onderwerp in het algemeen wel toeneemt, maar niet sterker dan bij buitenwerkers die niet zijn blootgesteld aan de interventies op de werkplek. De toename van kennis onder medewerkers in de 'controlegroep' lijkt te kunnen worden toegeschreven aan de aandacht die aan het onderwerp is gegeven in de massamedia (radio, t.v. en krant). Informatie via deze media is in hoge mate waargenomen en wordt positief gewaardeerd. Op basis van deze bevindingen wordt de volgende aanbeveling geformuleerd.

Het verdient aanbeveling jaarlijks aandacht te schenken voor 'Kijk uit voor je huid' via de massamedia. Met name televisie en radio, maar ook de krant zijn media die de aandacht voor het onderwerp hoog op de agenda kunnen houden en zo een belangrijke voorwaarde vormen tot verbreding van het gewenste gedrag onder de doelgroep.

Geconcludeerd wordt dat het treffen van maatregelen bij 'buitenwerkers' die deelgenomen hebben aan de actie op de werkplek sterker is toegenomen dan bij medewerkers die niet aan de actie zijn blootgesteld. In de interventies op de werkplek is vooral nadruk gelegd op het geven van instructies en het beschikbaar stellen van hulpmiddelen (kleding en crème) om zich tegen de zon te beschermen. Uit het in 1995 verrichte vooronderzoek bij Wilma Bouw b.v. was al duidelijk geworden dat het geven van instructies en het faciliteren van te treffen maatregelen door hulpmiddelen beschikbaar te stellen het beste aansluiten bij behoeften van werknemers, gewaardeerd worden en aanzetten tot het gewenste gedrag. Meer algemene voorlichting over het belang van het treffen van beschermende maatregelen en over de precieze (schadelijke) werking van ultraviolette straling lijkt minder in een behoefte voorzien dan het geven van instructies door een betrouwbare bron omtrent hoe te handelen (bestaande communicatiekanalen binnen het bedrijf/ gemeentelijke dienst). Een mogelijke parallel van deze bevinding in het onderzoek is te maken met de theoretische beschouwing van Petty en Cacioppo (1986). De mate waarin informatie leidt tot gedragsverandering hangt volgens Petty en Cacioppo

(1986)¹ onder meer af van de mate van betrokkenheid van de doelgroep die men wil bereiken. Dat betekent enerzijds dat de veelal veronderstelde 'trits' van gedragsdeterminanten kennis -> houding (+ sociale steun + persoonlijke effectiviteit) -> gedrag ook andersom kan verlopen in tijd. Sommige mensen hebben een 'hoge neiging tot nadenken', d.w.z. dat zij de neiging hebben om serieus het gegeven bericht te verwerken (centrale verwerking van informatie). Anderen hebben een 'lagere neiging tot nadenken' en zullen eerder letten op de bron van de informatie, de vorm van het bericht en het gedrag van anderen (perifere 'cues'). Veranderingen als gevolg van 'centrale verwerking' van informatie zijn meer stabiel en blijvend dan veranderingen als gevolg van 'perifere verwerking'. Op basis hiervan worden de volgende aanbevelingen geformuleerd.

Het verdient aanbeveling om in de voorlichting nadruk te leggen op concrete instructies omtrent de wijze waarop beschermende maatregelen tegen blootstelling aan de zon kunnen worden uitgevoerd.

Deze informatie dient een betrouwbare bron als afzender te hebben. 'Bedrijfs-eigen' communicatiekanalen zijn daarvoor geschikt. Het is belangrijk dat te laten blijken dat het management het aangerode onderwerp serieus neemt en de voorgestelde maatregelen ondersteunt.

In vervolg op bovenvermelde, verdient het aanbeveling de voorlichting en het treffen van voorzieningen een structureel onderdeel uit te laten maken van het ARBO-beleid. Daarmee wordt niet alleen de geloofwaardigheid van de mate waarin het probleem serieus wordt genomen, vergroot, het biedt ook garanties dat gedragsverandering op basis van informatie die aanvankelijk 'perifeer' verwerkt wordt, ook op langere termijn beklijft.

Voor wat betreft de verschillende onderdelen van de actie is in algemene zin geconcludeerd dat deze positief zijn ontvangen. Per onderdeel zijn toch enkele kritische kanttekeningen / aanbevelingen voor verbeteringen te formuleren.

Zo geldt voor de geboden voorlichting dat deze op een aantal punten concreter dient te zijn. Deze concreetheid dient vooral in te gaan op de eventuele 'directe' gevolgen van 'verkeerd gedrag'. Op grond van de onderzoeksbevindingen, worden t.a.v. de inhoud van de voorlichting de volgende aanbevelingen gedaan:

De voorlichting over de schadelijke werking van te veel zon op de gezondheid dient, waar mogelijk nader gepreciseerd te worden. Zo zou nauwkeuriger aangegeven moeten worden wanneer men een (sterk) verhoogd risico loopt. De voorlichting mag wat minder vrijblijvend en wat meer angstaanjagend van karakter zijn.

Verdere versterking van de risicoperceptie (mate waarin men zich ervan bewust wordt

¹ Petty, R.E. & J.T. Cacioppo - Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change. New York, 1986

door de aard van het beroep dat men uitoefent een verhoogd risico op het krijgen van huidkanker te lopen) heeft alleen maar zin als men precies aangeeft hoe betreffend risico te vermijden is en als men de voorwaarden creëert om passende maatregelen te treffen. In de actie 'Kijk uit voor je huid' is in belangrijke mate aan deze voorwaarden voldaan. Niet alle aanbevolen maatregelen zijn echter haalbaar.

Zo is de aanbeveling om het werk zo in te delen dat men tussen 12 en 3 uur 's middags zoveel mogelijk in de schaduw werkt in de meeste gevallen niet haalbaar. Het benadrukken van deze maatregelen in de voorlichting zal derhalve in de regel weinig effect sorteren.

Hogere verwachtingen mag men hebben van het dragen van beschermende kleding en het insmeren met zonnebrandcrème. Daarvoor is het wel noodzakelijk dat de aangeboden kleding van een hoog kwaliteitsgehalte is, sterk is en comfortabel draagt.

Wanneer vanwege het bedrijf aan werknemers beschermende kleding wordt uitgereikt teneinde zich optimaal te beschermen tegen de schadelijke werking van een te sterke blootstelling aan ultraviolette straling, is het van belang ervoor zorg te dragen dat deze kleding naast garantie op bescherming, ook garantie op slijtvastheid en draagcomfort biedt. Laatste is bepalend voor de mate waarin de beschermende kleding ook daadwerkelijk gedragen zal worden.

Verder is het van belang een ieder de zelfde (kwaliteit) kleding te verstrekken.

Laatste aanbeveling is met name ingegeven door de soms woedende reacties van medewerkers in de bouw die zien dat collega's 'mooie kleding (Pro Cloth- kleding)' uitgereikt krijgen terwijl anderen 'gewone' kleding of helemaal niets krijgen. Ten einde de motivatie op de werkplek op dit terrein te vergroten is het van belang in dit geval het 'gelijke monniken, gelijke kappen'-principe nauwlettend in de gaten te houden. Ook gelet op het feit dat juist het dragen van beschermende kleding door buitenwerkers als een relatief lastig uit te voeren maatregel wordt gezien, is aandacht op dit terrein geboden.

De omgeving van 'buitenwerkers' kan een belangrijke invloed uitoefenen op het tot stand brengen van 'gewenst gedrag' m.b.t. het treffen van beschermende maatregelen tegen de zon. Deze 'omgeving' wordt gevormd door collega's, maar ook door gezins- en familieleden. Naar aanleiding van de actie 'Kijk uit voor je huid' is het onderwerp bescherming van de huid tegen de zon een vaker besproken onderwerp geworden, zeker ook in de thuissituatie. Uit de gesprekken die gevoerd zijn in het kader van het 'implementatie-onderzoek' is naar voren gekomen dat de verantwoordelijkheid die men draagt voor gezin en kinderen een belangrijke stimulus vormt tot het treffen van maatregelen. Op grond hiervan wordt de volgende aanbeveling geformuleerd.

Het verdient aanbeveling om voorlichting aan 'buitenwerkers' in het kader van het treffen van maatregelen ter bescherming van de huid tegen de zon niet alleen te geven op het werk, maar ook te richten op gezins- en familieleden.



Centrum gezondheidsbevordering op de werkplek

Dit rapport is verkrijgbaar bij:

Centrum gezondheidsbevordering op de werkplek (GBW)
Johan van Oldenbarneveltlaan 9,
2582 NE Den Haag

telefoon 070 355 25 02
telefax 070 355 83 99
E-mail centrum@gbw.nl

Het Centrum GBW is een initiatief van het Astma Fonds, de Nederlandse Hartstichting en de Nederlandse Kankerbestrijding/KWF