



Veilig en met plezier werken in de melkveehouderij

Veiligheid: uw zorg?!



*Tussenrapportage
Periode 1 september 2019 – 31 augustus 2020*

Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (penvoerder)
Bemuurde Weerd OZ 12
3514 AN Utrecht

Contactpersoon:
Marloes van Schaik, projectleider
030-2769855
mvanschaik@najk.nl

www.najk.nl

Kenmerk: NAJK-3491MvS

Tussenrapportage Veilig en met plezier werken in de melkveehouderij

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Inleiding	5
2. Doelstellingen, activiteiten en resultaten	7
2.1 Bewustzijn met betrekking tot veiligheid verhogen	7
2.2 Actief handelen naar het aanwezige bewustzijn	8
2.3 Minder ongevallen dankzij actief handelen	8
2.4 Algemeen	8
Bijlage 1. Impressie artikelen NAJK	10
Bijlage 2. Media-aandacht	11
Bijlage 3. Bint (stripverhaal)	12
Bijlage 4. Stickervel BoerVeilig	13

Samenvatting

Er gebeuren nog te veel ongelukken in de agrarische sector, vaak met ernstige afloop. Relatief gezien gebeuren de meeste ongelukken in de melkveehouderij (en het loonwerk). Melkveehouderij specifiek hebben NAJK, LTO Nederland, NMV, NZO en Stigas zich verenigd en zijn gezamenlijk een nieuw project gestart. Het doel van het project is een veilige werkvloer voor melkveehouders, hun familieleden, medewerkers en bezoekers. Uit de verzamelde data van Stigas blijkt dat met name jongeren (<18 jaar) en ouderen (>65jaar) meer risico lopen. Dit wordt dan ook nadrukkelijk meegenomen in de projectactiviteiten. ZuivelNL financiert dit project gedurende drie jaar (september 2019 – september 2022) en geeft zo invulling aan één van de zeven doelen van de Duurzame ZuivelKeten voor 2030.

Deze projectperiode is een bewogen periode geweest; discussies rondom stikstofreductie en beperkingen in verband met de omstandigheden rondom het Coronavirus.

Echter, als projectteam hebben wij ons met passie ingezet om dit project zo succesvol mogelijk in de benen te brengen. Er is veel werk verzet door het projectteam, bestaande uit bestuurders/medewerkers van LTO, NMV en NAJK. In dit team kwam praktijkkennis, communicatie-expertise en een planmatige aanpak samen. Op de achtergrond werd het projectteam gesteund door een stuurgroep, met vertegenwoordigers van Stigas, LTO Nederland, NMV, NZO, ZuivelNL en NAJK. Met hen is een kick off sessie gehouden. Daarna zijn de stuurgroepleden via email op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen en is er persoonlijk contact geweest met stuurgroepleden.

Een communicatieplan is opgezet, er zijn ervaringsdeskundigen geworven & verhalen gedeeld. Een campagneplan is ontwikkeld en heeft geleid tot vele mooie acties en activiteiten op social media en de door ons ontwikkelde website www.boerveilig.com. Ook in de (agrarische) media is er regelmatig aandacht geweest voor ons project. Met het platform Zero Accidents is nauw en goed contact. De samenwerking in de Veilig op-1 week was hier het resultaat van. Ook zijn er contacten gelegd met LTO (Elsbeth Timmerman) en Cumela (Corina van Zoest). Hierbij ging het om het bundelen van opleidingen en cursussen op het gebied van veiligheid in de melkveehouderij.

We bereiken een duurzaam resultaat door:

- het aanspreken van de intrinsieke motivatie (door het uitvoeren van diverse acties en activiteiten);
- gadgets die door toepassing veiligheid onder de aandacht blijft brengen bij de melkveehouders, hun gezin en personeel (gespreksstarter, stickervel);
- het periodiek invullen van de RIE en de veiligheidsscan;
- het onderwerp veiligheid veelvuldig onder de aandacht brengen via de diverse communicatiekanalen. Herhalen is belangrijk om de boodschap en de urgentie ervan te laten doordringen.

In 2021 zetten we bovenstaande voort en pakken nieuwe activiteiten op door:

- een competitie op te zetten om praktische tips voor op het boerenerf te delen. Op deze laagdrempelige manier kan iedereen meedoen en blijft het concreet, en daarmee toepasbaar op het eigen bedrijf. De winnaar wordt gefilmd.
- inzet te belonen door het toekennen van een vignet na het invullen van de RIE. De RIE biedt de mogelijkheid aan melkveehouders om invulling te geven aan het bewustzijn dat de veiligheid verbeterd kan worden op hun bedrijf. Voorgesteld wordt om een vignet te ontwikkelen en hieraan te verbinden. Bedrijven die een RIE hebben uitgevoerd ontvangen een vignet (naar voorbeeld van 'keetkeur'). Dit vignet kunnen deze bedrijven bijvoorbeeld voor bij hen aan de weg hangen om te

laten zien dat zij veilig werken belangrijk vinden en daar ook actie op genomen hebben. Dit is zichtbaar voor de omgeving en kan ervoor zorgen dat melkveehouders in de buurt ook gemotiveerd worden om aan de slag te gaan met veiligheid. De RIE geldt voor vier jaar en in deze periode is het vignet dus ook van toepassing. Om te kunnen zien of een vignet nog geldig is, kan per jaar het vignet een andere kleur worden toebedeeld;

- een netwerk om de melkveehouder heen te creëren door het promoten van gebruik van lokale appgroepen voor assistentie (elkaar stimuleren om hulp te vragen en zaken niet alleen op te pakken (in arbeid of gebruik machines)).

- gifjes – oorzaak, gevolg & gevolg, oorzaak. Deze gifjes brengen belangrijke onderwerpen in beeld die een risico kunnen zijn. Door inzet van humor blijft de boodschap laagdrempelig en wordt deze gemakkelijk gedeeld en daarmee breder verspreid via Whatsapp.

BoerVeilig; met het voorkomen van ongevallen kan er door meerdere generaties met plezier op het melkveebedrijf worden gewerkt.

1. Inleiding

Actie gewenst

Er gebeuren nog te veel ongelukken in de agrarische sector, vaak met ernstige afloop. Dit komt ook tot uitdrukking in ongevallencijfers die Stigas verzamelt. Jaarlijks vinden er ongeveer 18 dodelijke ongevallen plaats in de agrarische sector. Het aantal ongevallen met blijvend ernstig letsel bedraagt ongeveer het 20-voudige. Relatief gezien gebeuren de meeste ongelukken in de melkveehouderij (en het loonwerk). Daarvan zijn ongelukken met rijdende machines veel voorkomend. Ook een publicatie van de Inspectie Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) benadrukt het zorgwekkende aantal ongevallen in de agrarische sector. Deze cijfers moeten omlaag, want ieder ongeval is er één te veel. Daarbij komt ook nog dat melkveehouders vaak geen eigen personeel hebben en daarom weinig weet hebben van regelgeving op het gebied van veilig en gezond werken. Toch hebben ook zij een plicht om aan de Arbowetgeving te voldoen wanneer er mensen onder gezag werkzaam zijn (meewerkende familieleden, bedrijfsverzorgers of andere bezoekers). Verder draagt de toename van stress (o.a. door de toegenomen regeldruk), een hoge werkdruk en een lage inkomenspositie bij aan minder aandacht voor veilig werken en zelfs het sneller maken van fouten.

Een andere aanpak

Diverse partijen hebben al gekeken naar mogelijkheden om het veiligheidsbewustzijn van melkveehouders te verhogen. Zo heeft ZuivelNL i.s.m. Stigas in de periode 2017-2019 een communicatiecampagne opgestart: 'Gezond en veilig werken in de melkveehouderij' om dit meer op de agenda van melkveehouders te krijgen. Deze campagne was voornamelijk gericht op bewustwording en het gebruik van de risico- inventarisatie en -evaluatie (kortweg: RIE) die Stigas aanbiedt. NAJK heeft ook al ervaring opgedaan met het thema veiligheid dankzij het project 'Veiligheid op de werkvloer' in 2006. Ook vanuit zuivelonderemingen is aandacht voor het thema veiligheid op het boerenerf. Zo is in het duurzaamheidsprogramma Caring Dairy van CONO Kaasmakers het uitvoeren van een RIE (inclusief bezoek van een veiligheidsexpert) bijvoorbeeld verplicht. Daarnaast heeft FrieslandCampina een pilot met de RIE op een aantal melkveebedrijven (o.a. waar een Campina Open Boerderijdag werd georganiseerd) gedaan, waarbij werd geconcludeerd dat een adviseur zeker van meerwaarde is. Binnen de het SMK-keurmerk 'On the way to planet proof' voor melk is de RIE als een criterium opgenomen. De communicatiecampagne van ZuivelNL vormde de aanzet voor dit projectplan en een verbrede scope van de campagne. De intentieverklaring 'Zero Accidents in 2020' (een breder initiatief gericht op werken binnen de sectoren agro en groen dat vanuit Stigas begeleid wordt) stimuleert specifieke deelsectoren gerichte acties op te zetten die passen bij hun eigen doelgroep. Tools en kennis die voortkomen uit het project van Stigas kunnen daarvoor ingezet worden en Stigas ondersteunt alle sectoren. Melkveehouderij specifiek hebben NAJK, LTO Nederland, NMV, NZO en Stigas zich verenigd en zijn gezamenlijk een nieuw project gestart. De doelgroep vormen alle melkveehouders van Nederland. Uit de verzamelde data van Stigas blijkt dat met name jongeren (<18 jaar) en ouderen (>65jaar) meer risico lopen. Dit wordt dan ook nadrukkelijk meegenomen in de projectactiviteiten. ZuivelNL financiert dit project gedurende drie jaar (september 2019 – september 2022) en geeft zo invulling aan één van de zeven doelen van de Duurzame ZuivelKeten voor 2030. In de eerste fase van dit traject wordt ZuivelNL daarin gefaciliteerd door een SZW subsidie onder de regeling 'Eerlijk, gezond en veilig werk 2019' (EGVW).

Vanuit intrinsieke motivatie

In dit project werken wij vanuit de intrinsieke motivatie van de melkveehouder. Er speelt namelijk veel op dit moment in de melkveehouderij, waardoor de regeldruk hoog is. Behalve dat er veel op het bordje ligt van een melkveehouder zorgt dat ook voor weerstand bij nieuwe regels. Vanuit

intrinsieke motivatie aan de slag gaan zorgt voor een gedragen en daarmee duurzaam resultaat. Hierbij is het ook van belang de nadruk te leggen op de continuïteit van het bedrijf. Met het voorkomen van ongevallen kan er door meerdere generaties met plezier op het melkveebedrijf worden gewerkt.

Starten in een bewogen periode

De beschikking van ZuivelNL verplicht een aantal keer te rapporteren tijdens de projectperiode.

Deze projectperiode is een bewogen periode geweest; discussies rondom stikstofreductie en beperkingen in verband met de omstandigheden rondom het Coronavirus.

Echter, als projectteam hebben wij ons ingezet om dit project zo succesvol mogelijk in de benen te brengen. Er is veel werk verzet door het projectteam, bestaande uit bestuurders/ medewerkers van LTO, NMV en NAJK. In dit team kwam praktijkkennis, communicatie-expertise en een planmatige aanpak samen. Op de achtergrond werd het projectteam gesteund door een stuurgroep, met vertegenwoordigers van Stigas, LTO Nederland, NMV, NZO, ZuivelNL en NAJK. Met hen is een kick off sessie gehouden. Daarna zijn de stuurgroepleden via email op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen en is er persoonlijk contact geweest met stuurgroepleden. Een nieuwe bijeenkomst heeft vanwege de ontwikkelingen rondom het Coronavirus nog niet plaatsgevonden.

Een communicatieplan is opgezet, er zijn ambassadeurs geworven & verhalen gedeeld. Een campagneplan is ontwikkeld en heeft geleid tot vele mooie acties en activiteiten op social media en de door ons ontwikkelde website www.boerveilig.com. Ook in de (agrarische) media is er regelmatig aandacht geweest voor ons project. Met het platform Zero Accidents is nauw en goed contact. De samenwerking in de Veilig op-1 week was hier het resultaat van. Ook zijn er contacten gelegd met LTO (Elsbeth Timmerman) en Cumela (Corina van Zoest).

In het komende jaar zullen we de campagneplanning verder tot uitvoer brengen, en hopen we te kunnen starten met de informatieavonden op locatie.

Met vriendelijke groet,

Ook namens het projectteam; Robert ten Kate/ Aebe Aalberts (LTO), Jan Aantjes (NMV) en Christel Klok (NAJK),

Marloes van Schaik
projectleider

2. Doelstellingen, activiteiten en resultaten

Het doel van het project is een veilige werkvloer voor melkveehouders, hun familieleden, medewerkers en bezoekers. Dit doel is onder te verdelen in drie subdoelen met bijbehorende activiteiten en resultaten:

2.1 Bewustzijn met betrekking tot veiligheid verhogen (voortbouwend op de ZuivelNL campagne)

KPI; aantal bezochte bijeenkomsten; geen, maar er is wel vraag vanuit de lokale afdelingen van NMV, LTO en NAJK (er hebben 4 NAJK afdelingen, 8 LTO afdelingen en 2 NMV regio's interesse getoond.)

- Er waren pilotbijeenkomsten gepland in het voorjaar van 2020. Helaas konden deze vanwege de omstandigheden rondom het Coronavirus niet doorgaan. Ook de geplande avonden in oktober 2020 moesten geannuleerd worden. Op de avonden willen wij maatwerk bieden (waar heeft de lokale afdeling behoefte aan). Hiertoe zijn al diverse modules ontwikkeld in samenwerking met Stigas (Mestgassen, Kinderen, Machines, Dieren, etc.). Dit programma kan avondvullend zijn, maar kan naar wens ook een deelprogramma vormen. Er is een team samengesteld van vier veiligheidsadviseurs van Stigas die samen een landelijk bereik hebben. Deze adviseurs brengen de ervaringen in van bezoeken aan een groot aantal melkveebedrijven (regulier, zorgboerderij, educatieboerderij, etc.). Vanaf 2021 worden er ook online avonden aangeboden. Deze zijn momenteel in ontwikkeling. Dit zijn webinars met veel interactie, gebruik van foto's, filmpjes en herkenbare situaties. Voor de afdelingen is er een (digitale) uitnodiging beschikbaar die zij naar hun leden kunnen sturen.

KPI; bereik campagne; veel aandacht vanuit (vak)pers en via eigen (social) media.

- Logo ontwikkeld; er is een BoerVeilig-logo ontwikkeld, gebaseerd op het bestaande Veilig-op-1-logo (zie voorpagina van deze tussenrapportage).
- Er is een projectwebsite ontwikkeld, zie www.boerveilig.com.
- Twee persberichten (d.d. 14-09-2019 en 12-09-2020).
- Aankondiging project voor bestuurders van LTO, NMV en NAJK (d.d. 14-09-2019).
- Aandacht voor het project in NAJK nieuws (3x), de digitale nieuwsbrief van NAJK en in BNDR (8x), het ledenmagazine van NAJK (zie bijlage 1 voor een impressie).
- Aandacht voor het project in de digitale nieuwsbrief (3x) en Koebont (3x), het ledenblad van NMV.
- Aandacht voor het project in de digitale nieuwsbrief van LTO Nederland (2x). Ook is er een mailing verstuurd aan de leden melkveehouders over de avonden die we organiseren.
- Verder zijn de social mediakanalen van LTO, NMV en NAJK veelvuldig ingezet. Per Facebook bericht zijn tot wel 5400 personen bereikt. Per Twitter bericht zijn tot wel 15400 weergaven geweest. NAJK; 25 berichten op Facebook, 10 berichten op Twitter. LTO; 8 berichten op Twitter, 8 berichten op Facebook. NMV; 7 berichten op Facebook, 7 berichten op Twitter.
- Aandacht voor het project in de digitale nieuwsbrief van ZuivelNL (3x) en een nieuwsbericht op de website van ZuivelNL.
- Aandacht voor het project in de agrarische pers (zie bijlage 2).
- BoerVeilig heeft via de NZO de zuivelondernemingen geïnformeerd over dit project. Het projectinitiatief kreeg aandacht in diverse communicaties van zuivelondernemingen.
- Ambassadeurspool
Er is een ambassadeurspool opgezet van melkveehouders die een (bijna/ dodelijk) ongeval hebben meegemaakt. Er zijn filmpjes en artikelen gemaakt van 4 ambassadeurs. Er is gebleken dat er veel ongelukken gebeuren in de melkveehouderij, maar dat weinig melkveehouders hier over willen vertellen. Wij verwachten dat wij tijdens de (online) avonden meer melkveehouders kunnen benaderen en motiveren op basis van de verhalen die zij delen.
- Wist je datjes (gebruik maken van getallen en feiten), zie <https://boerveilig.com/Campagne/Wist-je-dat/>
- Test jezelf;
 - o Een online test waarmee de melkveehouder/ familielid/ medewerker inzicht krijgt in hoe veilig hij/ zij werkt, met verwijzing naar tools (RIE en veiligheidsscan).
 - o Een online test waarmee de melkveehouder/ familielid/ medewerker inzicht krijgt in hoe veilig hij/ zij rijdt in het verkeer met een landbouwvoertuig. zie <https://boerveilig.com/Campagne/Test-je-bedrijf/>
- Strip in de BNDR, het ledenmagazine van NAJK (zie bijlage 3).

2.2 Actief handelen naar het aanwezige bewustzijn

KPI; Aantal uitgevoerde RIE's en aantal cursussen preventiemedewerker/ bedrijfshulpverlening (BHV)/ regelgeving landbouwvoertuigen;

- PR via de website <https://boerveilig.com/Campagne/Opleidingen/> waar onder andere wordt verwezen naar de opleidingen veiligheid gebundeld op <https://opleidenmelkveehouderij.nl/thematischeverdieping/veilig-werken/>.
- In 2019 hebben 825 melkveehouders de RIE ingevuld. In 2020 waren dit er 963 (Bron: Stigas, peildatum juni 2019 en juni 2020). Dit is een toename van 138 bedrijven oftewel 17%.

KPI; aanpassingen op het bedrijf/ elkaar aanspreken op veilig werken op het bedrijf; diverse activiteiten zijn opgestart.

- Kleurwedstrijd voor 0-12 jaar, waarbij er gevraagd is naar de gevaren op de eigen boerderij en hoe deze op te lossen zijn.
- Stickers BoerVeilig (zie bijlage 4). Met deze stickers stimuleren wij het gezin en de medewerkers om actief bezig te gaan met veiligheid op het eigen erf door het bespreekbaar te maken en er iets aan te doen.
 - o In samenwerking met Vreugdenhil wordt er bij hun ledenmagazine van december 2020 een stickervel toegevoegd, aangezien het magazine in het teken staat van veiligheid in de fabrieken van Vreugdenhil, maar ook op het erf van hun leveranciers.
- Gespreksstarter van Stigas, waarmee gezinnen aan de hand van thema's en vragen de situatie op hun eigen erf onder de loep kunnen nemen en aanpassingen kunnen doen.
- Er is een clickable handout ontwikkeld waarbij eenvoudig en praktisch van elke activiteit op het boerenerf (melken, dierverzorging, voederwinning, etc.) wordt aangegeven welke risico's er zijn en wat je hiermee kunt doen.

2.3 Minder ongevallen dankzij actief handelen

KPI; Dalende lijn van ongevallen (gezien over een lange periode); de beschreven projectperiode is slechts een jaar, en daarmee te kort om hier uitspraken over te kunnen doen.

- Ongevallen (met uitzondering van dodelijke afloop) worden veelal niet geregistreerd omdat de meeste bedrijven geen personeel in dienst hebben en er dus geen meldplicht is. De dodelijke ongevallen blijven geregistreerd door Stigas en deze worden gekoppeld aan de ongevallenpiramide. Deze gegevens dienen als startpunt voor het bepalen van het effect van dit project in daling van ongevallen. De campagneduur is relatief kort om veranderingen goed in beeld te brengen en daarom zou het goed zijn om in ieder geval tot tenminste 10 jaar na de start (in 2029) data te blijven verzamelen. Stigas zal hiervoor de verantwoordelijkheid op zich nemen.

2.4 Algemeen

Samengevat bereiken we een duurzaam resultaat door:

- het aanspreken van de intrinsieke motivatie (door het uitvoeren van diverse acties en activiteiten);
- gadgets die door toepassing veiligheid onder de aandacht blijft brengen bij de melkveehouders, hun gezin en personeel (gespreksstarter, stickervel);
- het periodiek invullen van de RIE en de veiligheidsscan;
- het onderwerp veiligheid veelvuldig onder de aandacht brengen via de diverse communicatiekanalen. Herhalen is belangrijk om de boodschap en de urgentie ervan te laten doordringen.

In 2021 zetten we bovenstaande voort en pakken nieuwe activiteiten op door:

- een competitie op te zetten om praktische tips voor op het boerenerf te delen. Op deze laagdrempelige manier kan iedereen meedoen en blijft het concreet, en daarmee toepasbaar op het eigen bedrijf. De winnaar wordt gefilmd.
- inzet te belonen door het toekennen van een vignet na het invullen van de RIE. De RIE biedt de mogelijkheid aan melkveehouders om invulling te geven aan het bewustzijn dat de veiligheid verbeterd kan worden op hun bedrijf. Voorgesteld wordt om een vignet te ontwikkelen en hieraan te verbinden. Bedrijven die een RIE hebben uitgevoerd ontvangen een vignet (naar voorbeeld van 'keetkeur'). Dit vignet kunnen deze bedrijven bijvoorbeeld voor bij hen aan de weg hangen om te

laten zien dat zij veilig werken belangrijk vinden en daar ook actie op genomen hebben. Dit is zichtbaar voor de omgeving en kan ervoor zorgen dat melkveehouders in de buurt ook gemotiveerd worden om aan de slag te gaan met veiligheid. De RIE geldt voor vier jaar en in deze periode is het vignet dus ook van toepassing. Om te kunnen zien of een vignet nog geldig is, kan per jaar het vignet een andere kleur worden toebedeeld;

- een netwerk om de melkveehouder heen te creëren door het promoten van gebruik van lokale appgroepen voor assistentie (elkaar stimuleren om hulp te vragen en zaken niet alleen op te pakken (in arbeid of gebruik machines)).

- gifjes – oorzaak, gevolg & gevolg, oorzaak. Deze gifjes brengen belangrijke onderwerpen in beeld die een risico kunnen zijn. Door inzet van humor blijft de boodschap laagdrempelig en wordt deze gemakkelijk gedeeld en daarmee breder verspreid via Whatsapp.

Naast deze resultaten kunnen we onze geleerde lessen als best practise inzetten in andere agrarische sectoren of bij partijen die zich gecommitteerd hebben aan het actieplan 'Zero Accidents in 2020'.

Bijlage 1. Impressie artikelen NAJK

NIEUW! Campagnewebsite BoerVeilig.com

Samen houden wij de melkveehouderijsector veilig



Werken in de melkveehouderijsector is mooi werk en dat moet vooral ook zo blijven. Daarom vind jij op BoerVeilig.com praktische informatie en tips waarmee jij veilig en met plezier kunt blijven werken.

Veiligheid? Hoezo?

Jaarlijks vinden er in Nederland gemiddeld vijftien dodelijke ongevallen plaats tijdens werkzaamheden op de boerderij. Dit is helaas het topje van de ijsberg, want er zijn ook veel ongevallen met (ernstig) letsel. Het doel van BoerVeilig is om bewustzijn te creëren en daarmee (dodelijke) ongevallen te voorkomen. Veiligheid op een boerderij is niet altijd zo vanzelfsprekend als het lijkt. Jonge kinderen die vrolijk spelen en zich geen kwaad bewust zijn, jareel everschieten wanneer zij heel hard of niet even niet goed optellen in de trekker kan nare gevolgen hebben. Op BoerVeilig.com delen collega's hun verhalen hierover.

Iedereen een veilig bedrijf

Dat wil jij toch ook? Test jouw bedrijf met de online tools op BoerVeilig.com en kom arachter hoe veilig jouw bedrijf is. Met deze tools krijg jij ook inzicht in de punten die jij op jouw bedrijf kunt verbeteren. Ook wordt er een overzicht gegeven van de beschikbare opleidingen op het gebied van veiligheid. Zo creëer jij een veilige werkomgeving voor jezelf, jouw familieleden, personeel en bezoekers.

Praten met een expert

De kenni Veiligheidsdeskundigen zijn gratis te boeken via BoerVeilig.com voor een gezellige

en leerzame avond met jouw LTO, AJK, of NMV afdeling. Wij kunnen nog niet voorzien hoe de situatie rondom het coronavirus zal zijn bij de start van het nieuwe winterseizoen. Daarom kijken wij graag samen met jullie naar de mogelijkheden. Er is een flexibel aanbod beschikbaar. [Lees meer](#)

In ontwikkeling.
In de komende periode gaan we nog meer acties organiseren en tips, verhalen en tools delen.

BoerVeilig.com blijft in ontwikkeling! NAJK heeft samen met NMV, LTO Nederland, NZO, ZuivelNL en Stiges, het kennisinstituut voor veilig, gezond en duurzaam werken, het initiatief genomen tot een project om de veiligheid in de melkveehouderij te verbeteren. Het doel van dit project is een veilige werkvloer voor melkveehouders, hun familieleden, personeel en bezoekers. ZuivelNL financiert dit project en geeft zo invulling aan één van de zeven doelen van de Duurzame ZuivelKeten voor 2030.



#STAYOPJEERF

#STAYSAFE?

#BOERVEILIG.COM

ENDE

PROJECT

Boer Veilig'-avonden voor jouw AJK!



ENTHOUSIAST GEWORDEN?
BOEK NU!

Voor opgeven en meer informatie kun je mailen naar Marloes van Schaik (mvanschaik@najk.nl).

Loopt het bij jullie soms ook net goed af?

Of soms ook net niet? Dan ben je niet de enige!

Organiseer een 'Boer Veilig'-avond voor jouw AJK! Tijdens deze avond vertelt een veiligheidsdeskundige van Stiges, het kenniscentrum veiligheid voor de agrarische en groene sector, wat zij allemaal tegenkomen onderweg. Aan de hand van foto's, filmpjes en goed/food-voorbeelden gaan zij het gesprek aan met de jonge boeren. Hierbij krijgen zij natuurlijk ook de kans om hun eigen vragen te stellen, want wie wil er nou niet veilig en met plezier werken op het agrarisch bedrijf? Helaas gebeuren er nog te veel ongelukken in de agrarische sector. Agrarisch werk staat zelfs op nummer zes in de top tien van meest gevaarlijke beroepen. (bron: CBS).

Wat? Boer Veilig'-avonden. We starten met een korte toelichting op het project, daarna gaan we gelijk aan de slag met voorbeelden uit de praktijk. Indien mogelijk komt ook een ervaringsdeskundige aan het woord (iemand die zelf of van dichtbij een ongeluk heeft meegemaakt).

Waar? Bij jouw AJK. Ben je ook lid van LTO of NMV en wil je de avond combineren? Dat kan! Dit project wordt namelijk uitgevoerd in samenwerking met LTO en NMV. Dit project wordt gefinancierd door ZuivelNL.

Wanneer? Beschikbaar tot en met augustus 2022.

Voor wie? AJK's met interesse voor veiligheid op de boerderij. Een veilig erf is natuurlijk niet alleen belangrijk voor de leden. Dit geldt ook voor anderen die er wonen en werken. Kom dus niet alleen, maar neem vooral je ouders/ partner/ medewerker of collega mee. Hoe meer mensen veilig leren 'boeren', des te beter!

Hoe? NAJK coördineert de aanvragen en de inzet van veiligheids- en ervaringsdeskundigen. Er zijn geen kosten aan deze avond verbonden.

Indien gewenst, kunnen we het onderwerp ook aanbieden als deel van het programma voor een avond. Dus dan komen er op een avond, naast Boer Veilig, ook andere onderwerpen aan bod. [Lees meer](#)

ENDE

Bijlage 2. Media-aandacht

Inmiddels zijn er 3 online artikelen gepubliceerd en een artikel in de papieren editie van de Nieuwe Oogst.

December 2020 verschijnt er een artikel in 'Vakblad Veiligheid' over veilig werken in de melkveehouderij en dit project.

<https://www.agraaf.nl/artikel/359126-er-gebeuren-nog-te-veel-ongelukken-op-de-boerderij/>
(in de regiokaternen Agraaf, Veldpost, Vee&Gewas, Stal&Akker)

<https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2020/08/01/honderd-ongevallen-per-jaar-op-veebedrijven>

<https://www.nieuweoogst.nl/nieuws/2020/07/23/stigas-adviseur-risico-op-bedrijfsongeval-wordt-steeeds-groter>



Bijlage 4. Stickervel BoerVeilig



Deze stickers worden je aangeboden door BoerVeilig!

1. Plak ze op onveilige plaatsen op je bedrijf.
2. Ga hier het gesprek over aan met je gezin, familie of medewerker(s).
3. Pas de situatie aan naar een veilige(re) werkomgeving voor jong en oud.



