



issa | INTERNATIONAL SOCIAL SECURITY ASSOCIATION

International Section on Prevention in the Mining Industry

www.issa.int/prevention-mining

VISION ZERO.

Safety and Health in Mining

Safe and healthy jobs in mining, worldwide: that is the aim of the International Section of the ISSA on Prevention in the Mining Industry, in short ISSA Mining. As a not-for-profit organization, ISSA Mining unites operators, sector associations, experts and regulators to improve occupational safety and health as well as emergency response by means of international exchange on good practice, proven strategies and training concepts. ISSA Mining is one of thirteen prevention sections of the Social Security Association, headquarters in Geneva.

In this section of Mining Report Glückauf we will regularly introduce innovations, new findings and trends from an international point of view, helping to design mining work safer and health supporting.

Do you know of more efficient examples? We are looking forward to your advice as well as your feedback on this section. Send an e-mail to helmut.ehnes@issa-mining.org.

Sicherheit und Gesundheit im Bergbau

Sichere und gesunde Arbeitsplätze im Bergbau, weltweit: das ist das Ziel der International Section of the ISSA on Prevention in the Mining Industry, kurz ISSA Mining. Als Non Profit-Organisation vereint ISSA Mining Unternehmen, Branchenverbände, Experten sowie Regelsetzer, um durch den internationalen Austausch von Guter Praxis, bewährten Strategien und Ausbildungskonzepten den Arbeitsschutz und das Rettungswesen zu verbessern. ISSA Mining ist eine von dreizehn Sektionen für Prävention unter dem Dach der International Social Security Association mit Sitz in Genf.

In dieser Rubrik stellen wir Ihnen regelmäßig Innovationen, neue Erkenntnisse und Trends aus dem internationalen Umfeld vor, die dabei helfen, die Arbeit im Bergbau sicherer und gesundheitsgerecht zu gestalten.

Kennen Sie weitere wirksame Beispiele aus der Praxis? Über Ihre Hinweise freuen wir uns ebenso wie über Rückmeldungen zu dieser Rubrik. Senden Sie eine E-Mail an: helmut.ehnes@issa-mining.org.

Helmut Ehnes

In Pole Position with VISION ZERO

Four years of VISION ZERO at BG RCI – one year of VISION ZERO in an international context. This was reason enough to ask Helmut Ehnes, the Head of Prevention at the German Social Accident Insurance Institution for the Raw materials and Chemical Industry (BG RCI) in Langenhagen/Germany, in autumn 2018 to draw up a

first interim report in a personal interview with the editors of the magazine Steine und Erden. The interview was first published in special edition no. 11/2018 of “Steine und Erden” magazine. Prior to that, however, a brief overview of the status of the VISION ZERO campaign at international level was given.

Pole-Position mit der VISION ZERO

Vier Jahre VISION ZERO bei der BG RCI – ein Jahr VISION ZERO im internationalen Kontext. Das war Grund genug, den Leiter der Prävention bei der Berufsgenossenschaft Rohstoffe und chemische Industrie (BG RCI) in Langenhagen, Helmut Ehnes, im Herbst 2018 zu bitten, im persönlichen Gespräch mit der Redaktion des Magazins

Steine und Erden eine erste Zwischenbilanz zu ziehen. Der Erstabdruck des Interviews erfolgte in der Sonderausgabe Nr. 11/2018 der Zeitschrift Steine und Erden. Vorangestellt sei aber zuvor ein kurzer Überblick über den Stand der VISION ZERO-Kampagne auf internationaler Ebene.

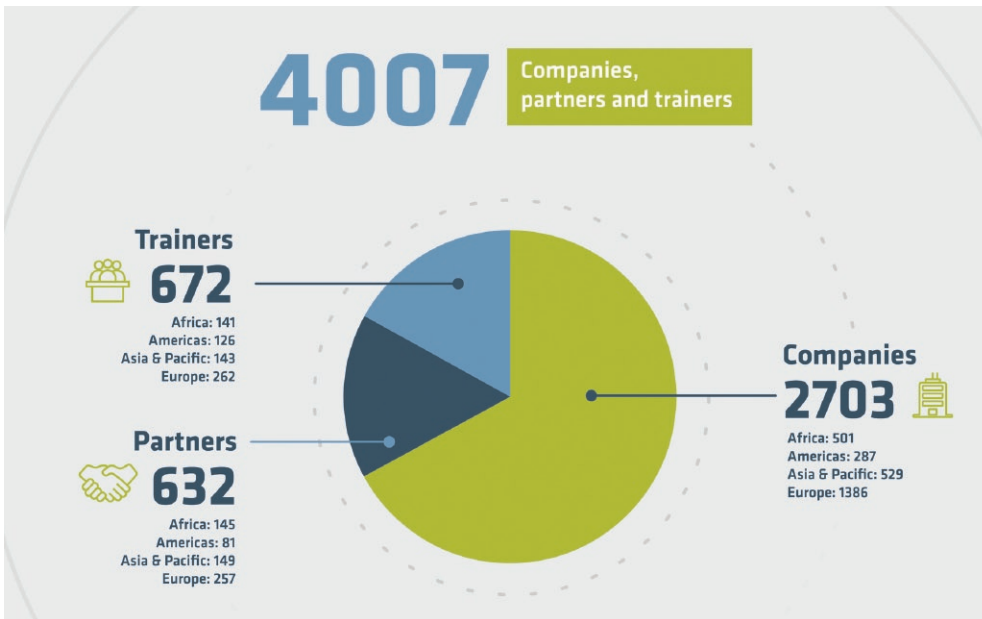


Fig. 1. VISION ZERO supporters.
Bild 1. Unterstützer der VISION ZERO.
Source/Quelle: ISSA

VISION ZERO now has 4,007 supporters from 141 countries (Figures 1, 2). Since its launch on 4th September 2017, at the XXI World Congress on Safety and Health at Work, there is a tremendous growth and success of the campaign.

Europe is the biggest and fastest growing VISION ZERO region, with 1,905 partners, companies and trainers signed up. There are VISION ZERO supporters from more than 40 European countries, and Russia has the highest number of supporters of all countries.

There has been high activity in Africa. After the African launch in Côte d'Ivoire in April 2018, there were launches in Nigeria, Ghana and Zambia. The Côte d'Ivoire and Zambia are particularly ac-

VISION ZERO hat jetzt 4.007 Unterstützer aus 141 Ländern (Bilder 1, 2). Seit seiner Einführung am 4. September 2017 anlässlich des 21. Weltkongresses für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz ist ein enormes Wachstum und ein großer Erfolg der Kampagne zu verzeichnen.

Mit 1.905 Partnern, Unternehmen und Ausbildern ist Europa die größte und am schnellsten wachsende VISION ZERO-Region. Es gibt Unterstützer von VISION ZERO aus über 40 europäischen Ländern, und Russland hat die meisten Unterstützer aller Länder.

Eine hohe Aktivität gab es in Afrika. Nach dem Start an der Elfenbeinküste im April 2018 erfolgte die Einführung in Nigeria, Ghana und Sambia. Die Elfenbeinküste und Sambia sind mit 446



Fig. 2. VISION ZERO launches. // Bild 2. VISION ZERO-Einführungen. Source/Quelle: ISSA

tive with 446 supporters combined. Côte d'Ivoire has particularly high interest from trainers.

In recent months, there has also been an increase interest from Latin American countries. The Latin American launch took place in September 2018, and since December there have been 30 to 40 newcomers to the VISIO ZERO campaign every month.

VISION ZERO started in Asia, with the global launch in Singapore followed by the regional launch in Thailand. Asia and the Pacific is today the second biggest VISION ZERO region with 821 partners, companies and trainers.

The next VISION ZERO launch was for Central Africa, it took place in Gabon from 11th to 12th April 2019, and the first VISION ZERO summit will take place in Finland in October 2019.

Unterstützern besonders aktiv. Die Elfenbeinküste hat ein besonders großes Interesse an Ausbildern.

In den letzten Monaten ist auch das Interesse der lateinamerikanischen Länder gestiegen. Der Start in Lateinamerika fand im September 2018 statt und seit Dezember gab es jeden Monat 30 bis 40 neue Teilnehmer an der VISIO ZERO-Kampagne.

VISION ZERO begann in Asien mit dem globalen Start in Singapur, gefolgt von der regionalen Einführung in Thailand. Die Region Asien und Pazifik ist heute mit 821 Partnern, Unternehmen und Ausbildern die zweitgrößte VISION ZERO-Region.

Die nächste Einführung von VISION ZERO erfolgte in Zentralafrika, sie fand vom 11. bis 12. April 2019 in Gabun statt, und das erste VISION ZERO-Gipfeltreffen wird im Oktober 2019 in Finnland stattfinden.



Fig. 3. Helmut Ehnes, Head of Prevention at BG RCI.
Bild 3. Helmut Ehnes, Leiter der Prävention bei der BG RCI.
Photo/Foto: BG RCI

Interview with Helmut Ehnes.

Steine und Erden: Mr Ehnes, what were the origins of VISION ZERO?

Helmut Ehnes (Figure 3): We're doing this because we continue to lament the current situation that someone leaves for work in the morning and never returns to their family. We're doing this because among our insured persons, one in twenty will have an accident either at work or on the way to work each year. And we're doing this because all of this doesn't just cause great suffering for those involved – it also costs a lot of money. In the case of BG RCI, we have to raise around 1 bn € each year to cover the costs incurred by accidents at work and occupational illnesses. The autonomous administration at BG RCI discussed these issues in 2013 and 2014 and established VISION ZERO, a prevention strategy for BG RCI, in 2014. This makes it clear that we are not prepared to put up with the situation as described above – we are convinced that every workplace ac-

Interview mit Helmut Ehnes.

Steine und Erden: Herr Ehnes, wie kam es eigentlich zu VISION ZERO?

Helmut Ehnes (Bild 3): Wir machen das, weil wir noch immer die Situation beklagen, dass jemand früh zur Arbeit geht und abends nicht zu seiner Familie zurückkehrt, weil er tödlich verunglückt ist. Wir machen das, weil jeder Zwanzigste unserer Versicherten jedes Jahr einen Arbeits- oder einen Wegeunfall erleidet. Und wir machen das, weil das alles nicht nur viel Leid bedeutet, sondern auch viel Geld kostet. Im Falle der BG RCI müssen für die Folgen von Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten jedes Jahr ungefähr 1 Mrd. € durch die Unternehmen aufgebracht werden. Diese Diskussion hat die Selbstverwaltung unserer BG RCI in den Jahren 2013 und 2014 geführt und 2014 VISION ZERO als Präventionsstrategie für die BG RCI beschlossen. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass wir uns nicht mit der oben beschriebenen Situation abfinden wollen, sondern davon überzeugt sind, dass

cident and every occupational illness is preventable, provided that the right preventative measures are implemented at the right time. This is our fundamental belief, to which there really is no other alternative, when the situation is considered in more detail. After all, who wants to openly acknowledge that businesses accept and take into account fatal accidents at work, injuries and occupational damage to health when they are calculating their budgets?

Steine und Erden: Is VISION ZERO limited to Germany and the BG RCI?

Ehnes: No, not any more. The idea we brought into being at the BG RCI has attracted global attention since its conception, thanks to the International Social Security Association (ISSA). This culminated in the international launch of the global VISION ZERO strategy at the World Congress on Safety and Health at Work 2017 in Singapore. In front of over 4,000 enthusiastic listeners, the international campaign was launched by the ISSA and the seven success factors developed by BG RCI were projected on the big screen as the 7 Golden Rules of VISION ZERO. Since then, the BG RCI VISION ZERO guidelines have been translated into ten languages, almost 3,000 well-known businesses and organisations have committed to the initiative and more are joining by the day. The concept of VISION ZERO has been met with great enthusiasm on every continent – the basic idea is so accessible and credible, and VISION ZERO really speaks to people emotionally. Additionally, VISION ZERO is compatible with national laws and regulations. Alongside the guidelines and the VISION ZERO website www.visionzero.global, a VISION ZERO training curriculum has been drawn up and provided to the partners. The ISSA launched the first training course for disseminators in January 2019 and it has been met with great interest.

Steine und Erden: Sometimes people say that VISION ZERO is just another management system. How would you respond to this?

Ehnes: This counterargument seems credible at first glance, and I've already come across it. However, it's easy to disprove. Management systems for occupational safety and health are based on traditional risk management and used to fulfil legal requirements. In contrast, VISION ZERO requires management teams to be actively involved and aims to use its clear stance in order to attain standards that go above and beyond legal requirements. It brings the issue of occupational safety closer to the heart and ensures that every member of the operation is part of the process. The aim of VISION ZERO is to change our culture, to establish a culture of prevention in which safety and health are seen as intrinsic business values. While classic management systems place great significance on regulations, specifications and documentation, so that only experts and managers feel responsible, VISION ZERO aims to take everything and everyone into account, encouraging the entire workforce to put forward their own ideas and suggest solutions. Incidents are no longer seen as mistakes, but as opportunities

jeder Arbeitsunfall und jede beruflich bedingte Erkrankung verhindert werden könnte, wenn zum richtigen Zeitpunkt die richtige präventive Maßnahme getroffen worden wäre. Damit wird eine grundsätzliche Haltung, eine Einstellung zum Ausdruck gebracht, zu der es bei näherer Betrachtung gar keine Alternative gibt. Denn wer wollte schon offen bekennen, dass die unternehmerischen Planzahlen tödliche Arbeitsunfälle, Verletzungen oder Gesundheitsschäden einkalkulieren und akzeptieren?

Steine und Erden: Ist VISION ZERO auf Deutschland und die BG RCI beschränkt?

Ehnes: Nein, nicht mehr. Das, was wir bei der BG RCI ins Leben gerufen haben, hat über die Internationale Vereinigung für Soziale Sicherheit (IVSS) inzwischen weltweit Aufmerksamkeit erzielt. Das gipfelte mit dem weltweiten Auftakt für die globale VISION ZERO-Strategie beim Weltkongress für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit 2017 in Singapur. Vor über 4.000 begeisterten Zuhörern wurde die internationale Kampagne durch die IVSS gestartet und die sieben Erfolgsfaktoren, die bei der BG RCI entwickelt wurden, strahlten als 7 Golden Rules für VISION ZERO in Englisch von der Leinwand. Inzwischen ist der BG RCI-VISION ZERO-Leitfaden in zehn Sprachen übersetzt, fast 3.000 namhafte Unternehmen und Organisationen haben sich der Initiative angeschlossen und täglich werden es mehr. In allen Kontinenten wird die VISION ZERO-Idee begeistert aufgenommen – die Leute sind richtig begeistert. Weil der Ansatz so plausibel und so simpel ist und weil VISION ZERO die Leute auch emotional anspricht. Hinzu kommt, dass VISION ZERO kompatibel ist mit nationalen Gesetzen und Verordnungen. Inzwischen gibt es neben den Leitfäden und der VISION ZERO-Website www.visionzero.global auch ein VISION ZERO-Trainings-curriculum, das den Partnern zur Verfügung gestellt wird. Die IVSS startet im Januar 2019 das erste Training für Multiplikatoren – das Interesse ist groß.

Steine und Erden: Manchmal hört man, VISION ZERO sei noch ein weiteres neues Managementsystem. Was sagen Sie dazu?

Ehnes: Ein scheinbares Gegenargument, das ist mir auch schon begegnet. Es lässt sich leicht widerlegen. Während Managementsysteme für den Arbeitsschutz auf traditionelles Risikomanagement setzen, um die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen, erfordert VISION ZERO aktive Führungsarbeit und strebt auf Basis einer klaren Haltung ein Niveau an, welches die gesetzlichen Anforderungen weit übertrifft. Arbeitsschutz wird zur Herzensangelegenheit und macht alle Menschen im Betrieb zu Beteiligten. Das Ziel von VISION ZERO ist eine Kulturveränderung hin zu einer Präventionskultur, bei der Sicherheit und Gesundheit als Unternehmenswert gesehen werden. Während bei klassischen Managementsystemen Regelungen, Vorschriften und Dokumentation einen hohen Stellenwert einnehmen und sich nur Experten und Führungskräfte zuständig fühlen, erfasst VISION ZERO möglichst alle und die gesamte Belegschaft wird ermutigt, Ideen einzubringen und sich an Lösungen zu beteiligen. Vorkommnisse werden nicht länger als Fehler gesehen, sondern als Chance zum Lernen. VISION ZERO erfordert eine völ-

to learn. VISION ZERO requires an entirely different management and communication culture based on mutual trust.

Steine und Erden: Have there been any initial results?

What impact has VISION ZERO had?

Ehnes: Naturally, it's a difficult task to determine how successful or unsuccessful preventative measures have been. If you were to ask me how VISION ZERO has had an impact on the BG RCI member companies, the first thing I'd think of is the numerous discussions we have had, as well as the feedback and positive support that all groups have given to VISION ZERO. Most recently, this has once again been demonstrated at the VISION ZERO Forum protecT event in Bamberg (Figure 4) only a few days ago – with over 300 participants, this event was sold out again. There, we received positive feedback from representatives of the industrial chemistry sector and from an entrepreneur at a medium-sized company who described the VISION ZERO guidelines as a “real blessing”. Another thing that comes to mind is the great support that we have seen for the seven success factors and the corresponding guidelines. Not to mention the feedback from the customer surveys that we introduced as part of our prevention strategy. But of course, none of that is solid, fact-based evidence. In the end, we're going to have to wait and see how the number of workplace accidents and occupational illnesses develops. For this reason, we have also developed seven concrete aims for the first ten years of the initiative that will allow us to monitor these indicators. What is certain is that four years is too short a time period to draw any final conclusions – we have initially concentrated our efforts on analysing the numbers and developing suitable prevention tools and messages. Of course, we are already observing the progress of the most significant key figures. My initial conclusion is that there is reason for hope. For example, we are well on target when it comes to the new accident pensions – our aim in this respect is to reduce the number by at least half over the next ten years (Figure 5). Of course, we have corresponding evaluations for all relevant key figures.

Steine und Erden: When you are asked what the core of the VISION ZERO strategy is, what is your answer?

Ehnes: On this topic, I want to say that we have made good progress in developing a new, compact type of tool that can be used to implement the seven success factors. The VISION ZERO guideline has been well received as a key starting tool, can be used in a wide variety of ways and has been implemented all over the world. The seven consolidation guidelines follow the same format and received excellent feedback in their initial practical test at Forum protecT.

Steine und Erden: Yes, that was the verdict from a lot of the participants who tested the new consolidation guidelines...

Ehnes: And there's even more. Our lifesavers have been adopted exactly as they are by a number of companies and integrated into their own intranet – their clear, concise messages



Fig. 4. Forum protecT, organised by BG RCI – an extremely popular biannual event for business owners that focuses on a range of prevention issues – has been integrated into the VISION ZERO communication portfolio. // Bild 4. Das Forum protecT der BG RCI – eine äußerst beliebte, alljährliche Doppelveranstaltung für Unternehmer zu verschiedenen Präventionsthemen – wurde in das VISION ZERO-Kommunikationsportfolio integriert. Photo/Foto: BG RCI

lig andere Führungs- und Kommunikationskultur und setzt auf gegenseitiges Vertrauen.

Steine und Erden: Gibt es erste Ergebnisse?

Wie wirkt VISION ZERO?

Ehnes: Natürlich ist es eine komplexe Angelegenheit, den Erfolg oder Misserfolg von Prävention zu ermitteln. Wenn Sie mich fragen, wie VISION ZERO in den Mitgliedsunternehmen der BG RCI wirkt, dann denke ich als erstes an viele Gespräche, Rückmeldungen und positive Zustimmung, die es von allen Personengruppen zu VISION ZERO gibt. Zuletzt hat sich das einmal mehr vor wenigen Tagen beim VISION ZERO Forum protecT in Bamberg gezeigt (Bild 4), das mit 300 Teilnehmern erneut ausgebucht war. Positive Rückmeldungen gab es dabei von Vertretern der Großchemie genauso wie von einem Unternehmer eines mittelgroßen Betriebes, der die VISION ZERO-Leitfäden als „wahren Segen“ bezeichnet hat. Ich denke auch an die große Zustimmung zu den sieben Erfolgsfaktoren und den dazugehörigen Leitfäden. Und an die Rückmeldungen aus unseren Kundenbefragungen, die wir im Rahmen der Präventionsstrategie eingeführt haben. Aber all das sind natürlich keine harten, belastbaren Fakten. Letztlich müssen wir uns an der Entwicklung der Unfallzahlen und der Berufskrankheiten messen lassen. Genau deshalb haben wir ja auch sieben konkrete Ziele für den ersten Zehnjahreszeitraum beschlossen, um diese Indikatoren zu beobachten. Sicher sind vier Jahre noch zu wenig, um abschließende Schlussfolgerungen zu ziehen, denn zunächst haben wir ja unsere Energien auf die Analyse der Zahlen konzentriert und die Entwicklung passender Präventionstools und Botschaften. Trotzdem beobachten wir natürlich schon jetzt die Entwicklung der wesentlichen Kennzahlen. Mein Zwischenfazit: Es gibt Anlass zur Hoffnung. Beispielsweise liegen wir bei den neuen Unfallrenten, für die wir uns ja vorgenommen hatten, die Zahl in zehn Jahren mindestens zu halbieren, gut auf Kurs (Bild 5). Entsprechende Auswertungen haben wir natürlich für alle relevanten Kennzahlen.

VISION ZERO

ZIEL Halbierung der neuen AU-Rentenfälle

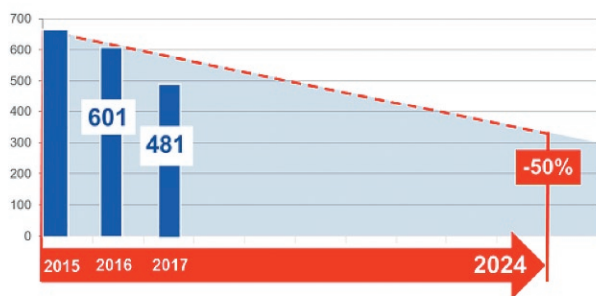


Fig. 5. Since 2015, the number of pension cases has been declining significantly. If this continues, BG RCI will have achieved its aim of halving this figure in 2024. // Bild 5. Seit 2015 ist ein deutlicher Abwärtstrend in den Rentenfällen zu verzeichnen. Sollte er anhalten, hätte die BG RCI im Jahr 2024 ihr Ziel, die Halbierung, erreicht. Source/Quelle: BG RCI

are proving to be popular. Tried-and-tested prevention products such as incentive awards, the young workers competition and the seal of approval, have become a key part of the VISION ZERO strategy and are well integrated. Furthermore, the new VISION ZERO seminars that we offer for managers have already generated a lot of interest. All in all, VISION ZERO has helped to provide a clear structure for our varied prevention products; we are now in a great position when it comes to our content.

Steine und Erden: And how do you ensure that this is all being used and implemented at the companies?

Ehnes: A good question – after all, even the best products are useless if nobody knows about them. It's for this exact reason that we have also intensified our efforts regarding VISION ZERO communication and knowledge transfer over the past year. Our VISION ZERO selection assistant (AWA) is new – it helps users to find the right consolidation product in no time. AWA is almost an intelligent search engine, designed to help people achieve their goals faster (Figure 6). Our VISION ZERO website www.null-ist-das-ziel.de is also new. It provides all available VISION ZERO products in a single location. Since 1st November 2018, the seven consolidation guidelines have also been available online on this website. The VISION ZERO newsletter and the "Der Rote Faden" brochure are also worth mentioning (Figure 7). Finally, I have to mention the VISION ZERO cooperation agreements that are also aiding the transfer. Agreements of this kind have already been established with 20 associations. At an initial meeting with the associations' representatives, they were impressed with the compact range that was on offer at the time and pledged to focus more on transfer to companies via their channels. All in all, I'm convinced that we have also made good progress when it comes to transfer and communication.

Steine und Erden: Wenn Sie gefragt werden, was denn nun den Kern der VISION ZERO Strategie ausmacht, was antworten Sie?

Ehnes: Da möchte ich festhalten, dass wir bei der Entwicklung einer neuen kompakten Art von Werkzeugen zur Umsetzung der sieben Erfolgsfaktoren sehr gut vorangekommen sind. Der VISION ZERO-Leitfaden als zentrales Einstiegsinstrument kommt bestens an, bietet vielfältige Verwendungsmöglichkeiten und wird sogar weltweit eingesetzt. Die sieben Vertiefungsleitfäden folgen dem gleichen Gestaltungsmuster und wurden beim allerersten Praxistest im Rahmen des Forum protect sehr gut bewertet.

Steine und Erden: Stimmt, das war das Urteil vieler Teilnehmer beim Praxistest der neuen Vertiefungsleitfäden ...

Ehnes: Und es gibt ja noch mehr. Unsere Lebensretter werden von einigen Betrieben eins zu eins für ihr eigenes Intranet übernommen – sie sind beliebt wegen ihrer plakativen Botschaften. Bewährte Präventionsprodukte, wie z.B. der Förderpreis, der AZUBI-Wettbewerb oder auch das Gütesiegel, haben ihren festen Platz in der VISION ZERO-Strategie gefunden und sind gut integriert. Und unsere neuen VISION ZERO-Seminarangebote für Führungskräfte erfreuen sich bereits bester Beliebtheit. Alles in allem hat VISION ZERO dazu beigetragen, unseren vielfältigen Präventionsprodukten eine klare Struktur zu geben – wir sind inhaltlich inzwischen sehr gut aufgestellt.

Steine und Erden: Und wie sorgen Sie dafür, dass das alles von den Unternehmen genutzt wird und zum Einsatz kommt?

Ehnes: Berechtigte Frage, denn die besten Produkte sind schließlich wertlos, wenn sie keiner kennt. Und genau deshalb haben wir das letzte Jahr auch genutzt, um uns verstärkt um die VISION ZERO-Kommunikation und den Wissenstransfer zu kümmern. Neu ist unser VISION ZERO-Auswahlassistant (AWA), der hilft, schnell die passenden Vertiefungsprodukte zu finden. Der AWA ist quasi eine intelligente Suchmaschine, um schneller ans Ziel zu kommen (Bild 6). Neu ist auch unsere VISION ZERO-Website www.null-ist-das-ziel.de, die konzentriert alle VISION ZERO-Produkte zur Verfügung stellt und über die seit dem 1. November 2018 auch die sieben Vertiefungsleitfäden online erhältlich sind. Der VISION ZERO-Newsletter wäre ebenso zu nennen wie die Broschüre „Der Rote Faden“ (Bild 7). Und schließlich muss man hier auch die VISION ZERO-Kooperationsvereinbarungen nennen, die ja gleichfalls dem Transfer dienen. Mit 20 Verbänden sind derartige Vereinbarungen bereits abgeschlossen. Bei einem ersten Treffen mit den Verbandsvertretern zeigten sich diese beeindruckt von dem mittlerweile vorhandenen kompakten Angebot und sagten zu, sich nunmehr stärker um den Transfer über ihre Kanäle zu den Unternehmen zu kümmern. Alles in allem bin ich davon überzeugt, dass wir auch beim Transfer und bei der Kommunikation sehr gute Fortschritte gemacht haben.

Steine und Erden: Gibt es ein besonders markantes Beispiel, wie VISION ZERO von den Unternehmen aufgegriffen wird?

Ehnes: Da fällt mir aktuell die Firma Dräger in Lübeck ein, die zwar nicht Mitglied der BG RCI ist, aber ein wichtiger Zulieferer



Fig. 6. The selection assistant can be found at <https://awa.bgrci.de/> and makes it easier to search for suitable VISION ZERO media and practical aids. // Bild 6. Der Auswahlassistent, zu finden auf der Webpage <https://awa.bgrci.de/>, vereinfacht die Suche nach passenden Medien und Praxishilfen der VISION ZERO. Source/Quelle: BG RCI

Steine und Erden: Can you describe any particularly striking example of VISION ZERO being adopted by companies?

Ehnes: An example that immediately comes to mind is Dräger in Lübeck – they aren't a member of BG RCI, but they are an important safety technology supplier for many of our sectors. People at Dräger recognised the potential of VISION ZERO. You can see this, for instance, in Dräger's sustainability report, which contains statements regarding VISION ZERO and even the VISION ZERO logo. A real example for others to follow. A clear statement from Stefan Dräger determined their approach and in the end, Dräger even produced their own VISION ZERO videos that get to the heart of the joint relationship between Dräger and their customers.

Steine und Erden: What happens now? What are the next steps and what do you think of the situation so far?

Ehnes: In my opinion, we mustn't simply make desperate efforts to get more and more new products on the market just for the sake of it – after all, as I've explained, I think our position there is solid. I'm pleased to announce two current plans, though. We are aiming to develop an app under the working name "Accident communication" that will enable us to make information about significant accident events with prevention potential available quickly and in a targeted manner. The aim of this is to inform relevant companies about events of this nature and to prevent the same accident occurring again at a different location. Additionally, as part of an international joint project, we want to develop suitable indicators that can be used to record, assess and compare the course of VISION ZERO and the corresponding prevention culture. It's an exciting project that lots of businesses have expressed interest in, as they too are looking for new control indicators. Businesses that have recorded more than just retrospective accident rates in their internal reports on this subject are invited to make their observations available to us for preparatory purposes.



Fig. 7. The "Der Rote Faden" brochure, available in German from the BG RCI online media shop, explains what media to use and when is best to use it in order to implement VISION ZERO in a business. // Bild 7. „Der Rote Faden“, erhältlich im Online-Medienshop der BG RCI, erläutert, wann idealerweise welche Medien eingesetzt werden können, um die VISION ZERO im Unternehmen zu implementieren. Source/Quelle: BG RCI

für Sicherheitstechnik für viele unserer Branchen. Bei Dräger hat man das Potential von VISION ZERO erkannt. Das zeigt sich z.B. darin, dass man Aussagen zu VISION ZERO bei Dräger im Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens findet, einschließlich des VISION ZERO-Logos. Ich meine: Zur Nachahmung empfohlen. Ein klares Statement von Stefan Dräger gibt die Richtung vor und schließlich hat Dräger sogar eigene VISION ZERO-Videos produziert, die die gemeinsame Haltung von Dräger und der Dräger-Kunden auf den Punkt bringen.

Steine und Erden: Wie soll es weitergehen? Was sind die nächsten Schritte und wie fällt Ihr Fazit aus?

Ehnes: An sich, denke ich, wir müssen jetzt nicht krampfhaft Schlag auf Schlag weitere neue Produkte auf den Markt werfen – da sind wir, wie ich schon sagte, bereits gut aufgestellt. Zwei aktuelle Vorhaben will ich aber gerne ankündigen: Unter dem Arbeitstitel „Unfälle kommunizieren“ wollen wir eine App entwickeln, mit der wir markante Unfallereignisse mit Präventionspotential schnell und zielgerichtet kommunizieren können, um betroffene Unternehmen über solche Ereignisse zu informieren und um zu verhindern, dass derselbe Unfall an anderen Orten nochmal passiert. In einem internationalen Verbundprojekt wollen wir außerdem passende Indikatoren entwickeln, mit deren Hilfe man die Ausprägung von VISION ZERO und der dazugehörigen Präventionskultur erfassen, messen und vergleichen kann. Ein spannendes Projekt, an dem viele Unternehmen Interesse signalisiert haben, weil sie selbst auf der Suche nach neuen Steuerungsindikatoren sind. Unternehmen, die hier bereits mehr als nur retrospektive Unfallzahlen in ihr internes Reporting aufgenommen haben, werden gebeten, uns ihre Überlegungen zur Verfügung zu stellen, damit Vorarbeiten berücksichtigt werden können.