

Ressurspakke om
hiv/aids og næringsliv



Tid for handling



NORAD

DIREKTORATET FOR
UTVIKLINGSSAMARBEID
NORWEGIAN AGENCY FOR
DEVELOPMENT COOPERATION

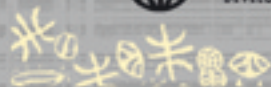




Foto: Ole Bernt Frøshaug



Foto: Ole Bernt Frøshaug



Foto: Trond Topstad

Boken "Tid for handling" er utviklet på oppdrag fra Avdeling for sivilt samfunn og næringsutvikling i NORAD. Redaksjonen avsluttet november 2002.

© 2002 NORAD

Forfattere Anne Skjelmerud og Kåre Moen

Grafisk design og konsept SPOT Illustrasjon AS

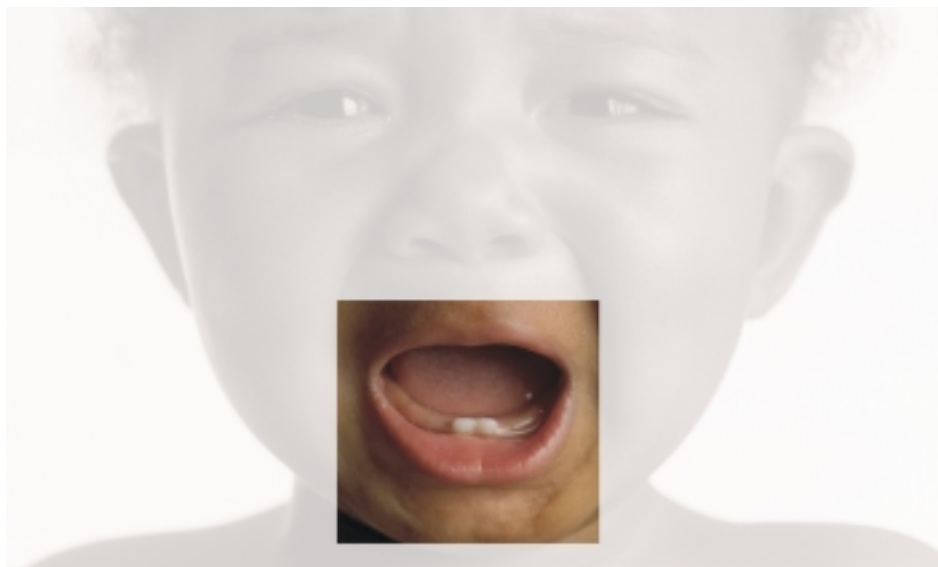
Trykk: JANS TRYKKERI AS

Forsidefoto Per Kr. Lunden

ISBN 82-7548-188-0



Den røde aidssløyfen er det internasjonale symbolet for solidaritet med personer som lever med hiv og aids.



Increasingly, companies recognize that fighting AIDS is in their interest -- that doing so combines good business with doing good.

Kofi Annan
UN Secretary-General

Forord	8
---------------	----------

Kort sagt	14
------------------	-----------

Hvorfor denne ressurspakken?	24
-------------------------------------	-----------

Aids og næringsliv	30
---------------------------	-----------

Makroøkonomiske konsekvenser av hiv/aidsepidemien
Konsekvenser for bedriftene

Hvorfor bør din bedrift ta utfordringen?	38
---	-----------

Tidlige tiltak lønner seg
Bedriftens holdninger og handlinger profilerer den
Bedriftens virksomhet kan føre til økt smitterisiko
Motforestillinger du kanskje har hørt

Hvordan kan bedriften arbeide med aids?	44
--	-----------

Informasjon alene er ikke tilstrekkelig!
Alle bør være med
Hvem vil du nå fram til?
Lang horisont
Finn gode samspillpartnere

Konkrete hiv/aidstiltak

54

1. Sett hiv/aids på dagsorden
2. Lag en hiv/aidspolitikk
3. Sørg for gode informasjonstiltak
4. Tilby hiv-testing og rådgivning
5. Sørg for at seksuelt overførte infeksjoner blir behandlet
6. Sørg for at kondomer er tilgjengelig
7. Omsorg og tiltak for personer som lever med hiv og aids
8. Unngå at bedriftens virksomhet øker byrden av aids i lokalsamfunnet

Hvordan utforme en aidspolitikk

68

Prosess og format

Om å utarbeide en aidspolitikk

NORADs rolle

78

Grunnleggende fakta

84

Hva er hiv og aids?

Hva er symptomene på hiv/aids?

Hvem er mest utsatt for å bli smittet?

Hivtest

Å leve med hiv

Tjenestereiser og utstasjonering

Ressurser

98

Organisasjoner

Nyttige dokumenter

Vanlig brukte forkortelser

102

Forord

Tove Strand, direktør NORAD

Det store flertallet av de mer enn 40 millioner menneskene som lever med hiv-smitte i verden, bor i Afrika sør for Sahara. Men smitten øker raskt også i Asia og i flere tidligere Sovjetrepublikker.

Hver dag blir ca. 14 000 nye smittet av hiv, og av disse bor 95 % i et utviklingsland. Nesten halvparten er i aldersgruppen 15-24 år. Denne gruppen har vanligvis et betydelig ansvar både i hjem og samfunn, og er helt sentral i forhold til produktivitet og reproduksjon. En sykdom som primært rammer denne aldersgruppen får derfor store konsekvenser.

Epidemien har vært kjent lenge, men det er først i de senere år at både myndighetene i det enkelte land og det internasjonale samfunnet virkelig har mobilisert i kampen mot hiv/aids. Høsten 2000 ble det besluttet at dette arbeidet skulle intensiveres også i NORAD, og bekjempelse av hiv/aids er nå et høyt prioritert område.

Alle samfunnssektorer berøres i de hardest rammede landene. Helsesektoren mister helsepersonell. Skolen mister lærere. Matproduksjonen synker. Statsforvaltningen og bedrifter mister sårt tiltrengt kompetanse. Tap av nøkkelpersonell får alvorlige konsekvenser i afrikanske land med stor mangel på faglært arbeidskraft. I tillegg endres familiemønstre dramatisk.

Kampen mot hiv/aids krever bredde, mangfold og samarbeid på tvers av sektorer.

Det er behov for nye og utradisjonelle partnerskap. Dette er sentralt i NORADs satsing. Ikke minst er det viktig å få til et godt samarbeid mellom myndigheter, privat sektor, lokalsamfunn og organisasjoner.

Mange bedrifter har forstått alvoret og har kommet aktivt på banen i kampen mot epidemien. Det gjelder både forebyggende tiltak og støtte og omsorg i forhold til dem som allerede er smittet. Det meldes om en rekke gode resultater fra dette arbeidet. Det nytter!

Det er et lederansvar å få satt hiv/aids høyt på agendaen i den virksomheten man har ansvaret for, det være seg en nasjon, en institusjon, en bedrift eller en frivillig organisasjon. Det har vist seg igjen og igjen at lederskap er en helt sentral forutsetning i bekjempelsen av epidemien.

Med denne boka ønsker NORAD å bidra til at norske bedrifter som har virksomhet i land i sør kan få praktisk hjelp og ideer til å ta fatt i og videreutvikle dette viktige arbeidet. Noen er allerede i gang, det er det eksempler på i denne boka. Andre kan lære av disse og være med i den brede alliansen for å bekjempe en av de store trusler fattige land i dag står overfor.



Foto: Ole Bernt Frøshaug

"Norske bedriftsledere må bli mer bevisste på hvordan deres bedrifter kan bidra i kampen mot HIV/AIDS i land i sør og øst"

Karl Glad, NHO



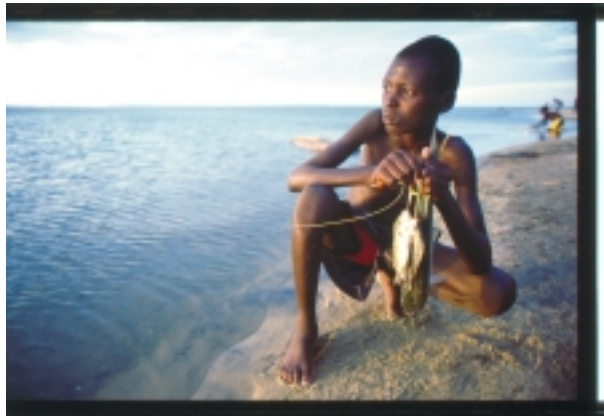


Foto: Trygve Bølstad



Alle foto: Ole Bernt Freshaug



KORT SAGT

Dette er en oppsummering som er laget for deg som føler at du ikke har tid til å lese hele ressurspakken akkurat her, akkurat nå. Forhåpentligvis vil den fungere som en appetittvekker som gir mersmak på hovedretten, som serveres fra side 30 og utover.

Har du en ledende posisjon i en næringslivsbedrift som har virksomhet i et land hvor hiv/aidsforekomsten stiger eller allerede har fått betydelig fotfeste? Da har du noen krevende utfordringer å ta fatt i. Og da er denne ressurspakken for deg. I land med høy hiv-prevalens kan aidsepidemien ramme næringslivsbedrifter hardt:

- Når sykeligheten og dødeligheten blant de ansatte i en bedrift stiger, øker driftskostnadene. Utgiftene til helsetjenester, forsikringer, rekruttering og opplæring går opp. Samtidig synker produktiviteten. Medarbeidere som ikke er ved god helse, yter mindre. Sykefraværet blir høyere.
- I tillegg til de økte kostnadene, kan bedriften oppleve at inntektsgrunnlaget påvirkes. Hvis høy sykelighet og dødelighet rammer et helt samfunn, reduseres verdiskapningen. Reduserte kjøpekraft medfører at etterspørselen etter varer og tjenester blir mindre. Etter hvert som det lokale markedet utarmes, blir det færre ressurser tilgjengelig for produksjon og investeringer, og den økonomiske veksten stagnerer. Verdensbanken anslår at BNP kan bli redusert med 20-30% i land hvor 10 % av befolkningen er smittet med hiv.

Mer enn 40 millioner mennesker i verden lever med hiv. Det store flertallet av dem – 28 millioner – bor i Afrika sør for Sahara. Men hiv/aidsepidemien øker raskt også i Asia og i flere tidligere Sovjet-republikker.

Situasjonen kan virke dystre.

Men den er heldigvis ikke håpløs. Slett ikke. Gang på gang får vi demonstrert at det nytter å gjøre en innsats. Et økende antall bedrifter over hele verden gjennomfører nå vellykkede hiv/aidstiltak. De engasjerer seg for sine ansatte. Og for sine eiere.

For, et arbeidsplassprogram som fokuserer på hiv/aids kan bety mye både for den enkelte ansatte og for bedriften:

- Som arbeidsgiver har du en reell mulighet til å gi dine ansatte og deres familiemedlemmer en bedre tilværelse i en verden med aids. Du kan bidra aktivt til at færre blir smittet med hiv, og du kan sørge for at det blir lettere å leve med hiv for dem som allerede er smittet.
- Hiv/aidstiltak kan også gi betydelige gevinster for bedriften selv. En relativt frisk arbeidsstokk er en viktig forutsetning for både produktivitet og lønnsomhet. Og, det er mye å spare ved å forebygge syke fravær, dødsfall, nyrekruttering og opplæring.

Denne ressurspakken ønsker å stimulere til konkret handling. Derfor inneholder den konkrete forslag til, og konkrete eksempler på, hvordan næringslivsbedrifter kan arbeide for å møte de utfordringene hiv og aids gir. Den beskriver åtte konkrete tiltak din bedrift kan gjennomføre:

1. Sett hiv/aids på dagsorden

Det er en lederoppgave å sette hiv/aids høyt på bedriftens agenda. Den dagen du sier at nå, folkens, skal vi jobbe med aids, har du åpnet opp for en viktig prosess. Kanskje kan du synes det er litt vanskelig å starte opp, ettersom dette kan være en ny måte å arbeide på. Men du kan klare det, og muligens ville det være å svikte sitt ansvar som leder å la være.

2. Lag en hiv/aidspolitikk

Siden hiv er forbundet med fordommer og stigmatisering, trenger ledelsen å klargjøre noen viktige prinsipper. Hvis de ansatte er redde for sanksjoner, diskriminering og stigmatisering i fall de skulle vise seg å være hiv-positive, vil det være vanskelig å komme noen vei i hiv/aidsarbeidet. Blant annet derfor trengs en aidspolitikk. Den skal formulere hva slags holdninger bedriften har til hiv og aids. Det er viktig å få slått fast et hovedprinsipp om at alle ansatte skal behandles med respekt og likeverd, og at respekten og likeverdet ikke opphører dersom en ansatt har et virus i kroppen. Å lage en aidspolitikk bør være en del av et større arbeid for å forstå hva hiv og aids innebærer for den enkelte – og for bedriften. Det er også en del av en planprosess, hvor man diskuterer hva man konkret vil gjøre på arbeidsplassen.



3. Sørg for gode informasjonstiltak

Informasjon og opplysningsvirksomhet er en hjørnestein i ethvert hivforebyggende arbeidsplassiltak. Riktignok er ikke kunnskap alene nok for å oppnå atferdsendring (se side 44), men informasjonstiltak er likevel nødvendige. Informasjonen bør legges opp praktisk og konkret, og på en måte som fremmer atferd som reduserer smitterisiko og utfordrer folk til å beskytte seg. God informasjon formidler riktig og viktig kunnskap på en måte som er tilpasset målgruppen. Den tar i tu med misoppfatninger og myter, og den formidler konstruktive holdninger. Aller helst aktiviserer den i stedet for å gjøre målgruppen til passive tilhørere.

4. Tilby hiv-testing og rådgivning

Frivillig hivtesting, ledsaget av en personlig veiledningstime, er sannsynligvis den mest effektive strategien som finnes for å oppnå atferdsendring. Det skjer noe med en person som bestemmer seg for å ta en hivtest. Forskning viser at en stor andel av både hivpositive og hivnegative endrer seksualatferd etter at de har fått testresultatet, og at dette slår ut i redusert nysmitte med hiv og andre seksuelt overførte infeksjoner. Alle bedrifter som skal gjennomføre hiv/aidstiltak på arbeidsplassen bør derfor legge til rette for at de ansatte har tilgang til frivillig hivtesting.

5. Sørg for at seksuelt overførte infeksjoner blir behandlet

Hvis man har en seksuelt overført infeksjon (SOI), øker risikoen for å bli smittet med hiv. Tidlig diagnostisering og behandling av SOI er derfor en effektiv måte å forebygge hivsmitte på. I enkelte studier har nysmitten blitt redusert til nesten det halve etter at man har innført et behandlingstilbud for SOI. Sørg for at dine ansatte har et helsetjenestetilbud som fokuserer tilstrekkelig på seksuelt overførte infeksjoner!

6. Sørg for at kondomer er tilgjengelig

Når en person først bestemmer seg for å ha sikrere sex, er det avgjørende at forholdene ligger til rette for at det er gjennomførbart. Bedret kondomtilgjengelighet er derfor en selvskreven ingrediens i alle arbeidsplassprogrammer.

7. Omsorg og tiltak for hiv-positive og aidssyke

Ved enkle tiltak kan bedriftens helsetjeneste bli bedre til å forebygge tuberkulose (vanlig hos hivpositive) og behandle noen av infeksjonene som forekommer hos aidspasienter. Helsetjenesten kan også kobles inn i tiltak for å bedre ernæringstilstanden for hivpositive. Slike tiltak har dokumentert positiv effekt både på sykkelighet og dødelighet.

Aidsmedisinene er i ferd med å bli billigere, og et økende antall bedrifter hjelper

sine hivpositive ansatte til moderne behandling. Antivirale medisiner forlenger den yrkesaktive levetiden for ansatte som lever med hiv, reduserer sykefraværet og gir gevinster i form av økt produktivitet. Dessuten er det sannsynlig at et behandlings-tilbud bidrar til at flere går til frivillig hivtesting, som igjen er et effektivt smitteforebyggende tiltak.

8. Unngå at bedriftens virksomhet øker byrden av aids i lokalsamfunnet

Næringsutvikling kan ha konsekvenser for hivsituasjonen i et lokalsamfunn. Særlig prosjekter som benytter mobil arbeidskraft er ofte forbundet med økt smittespredning.

Både anleggsarbeidere, transportarbeidere og andre med mye reiseaktivitet er utsatt. Det er også menneskene som bor i de lokalsamfunnene den mobile arbeidskraften interagerer med. For at bedriften skal kunne oppdage og ta hensyn til denne typen konsekvenser av næringsutvikling, må den ha rutiner som gjør at hiv/aidsvurderinger står på dagsorden når nye prosjekter planlegges. Dette kan enklest sikres ved at det gjennomføres helsekonsekvensutredninger av alle nye tiltak bedriften går i gang med.



Foto: Trygve Bølstad



Foto: Trond Topstad

It is a question of good economic sense. By protecting their employees from HIV and caring for those who are infected, businesses minimize the loss of skilled workers and managers, and boost their long-term productivity.

Peter Piot
Direktør i UNAIDS



Begge foto: Morten Hvaal



- It's not business as usual anymore. Business must take a leadership role in getting on with the job of dealing with HIV/AIDS. Our management expertise is vital in ensuring the successful implementation of projects at community level.

Brian Brink
Viseadministrerende direktør, AngloAmerican Ltd.



Foto: Per Kr. Lunden



HVORFOR DENNE RESSURSPAKKEN?

Formålet med denne ressurspakken er å stimulere til konkret handling. Derfor inneholder den konkrete forslag til – og konkrete eksempler på – hvordan næringslivsbedrifter kan arbeide for å møte de utfordringene hiv og aids gir.

Pakken er først og fremst beregnet på bedrifter som har virksomhet i land hvor hiv/aidsepidemien er i vekst eller allerede har fått et betydelig omfang.

I slike land er det gode grunner til at hiv/aids bør være et sentralt tema for alle som har lederposisjoner i bedriftene. Ressurspakken er derfor utformet med tanke på ledere på alle nivåer:

- Toppledelsen og bedriftens styre er avhengig av å ha oppdaterte kunnskaper for å kunne fatte fornuftige beslutninger i markeder hvor aids er en viktig ekstern faktor.
- Bedriftens ledelse trenger hiv-kompetanse for å forstå hvordan aids kan påvirke driften, og hvilke strategiske grep man bør ta i forhold til epidemien.
- Alle med personalansvar vil være nøkkelpersoner når bedriften skal gjennomføre konkrete hiv/aidstiltak.
- De som arbeider med helse, miljø og sikkerhet (HMS) og bedriftens samfunnsansvar (CSR) er selvsikre ressurspersoner i organisasjonens arbeid med hiv/aids.

Det er dessuten relevant å reflektere over at gode aidstiltak ofte gir goodwill, og slik kan utnyttes i et markedsføringsperspektiv. Derfor kan denne pakken være relevant også for personer som arbeider med markedsføring og salg.

Pakken er delt inn i seksjoner slik at det skal være enkelt å finne frem i stoffet.

Hvis du synes du trenger mer grunnleggende kunnskap om hiv og aids, har vi tatt med en faktadel bakerst. Der er det også lagt inn et avsnitt om utestasjonering og tjenestereiser. Dette retter seg særlig mot bedriftens norske (ellers tredjeland) ansatte.

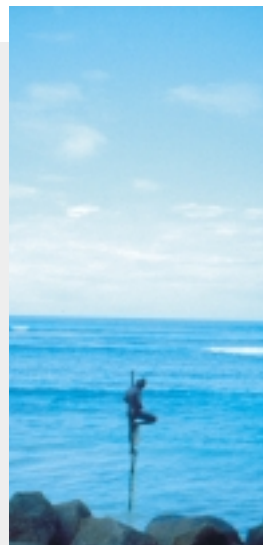


Foto: Trond Topstad

Ressurspakken er utviklet av Kåre Moen og Anne Skjelmerud ved Senter for helse og sosial utvikling (HeSo) i Oslo, på oppdrag fra og i samarbeid med Avdeling for sivil samfunn og næringsutvikling (ASN) i NORAD. Flere norske bedrifter som har virksomhet i utlandet er blitt konsultert i prosessen, og noen bedrifter – samt NHO – har sittet i en referansegruppe for arbeidet.



Foto: Trond Topstad

- There can be no excuse for a South African corporation not to be at the forefront of the battle against HIV/AIDS by making anti-retroviral drugs available to your staff.

Nelson Mandela

Tidligere president i Sør-Afrika



Foto: Per Kr. Lunden



Foto: Ole Bernt Frøshaug



Foto: Morten Hvaal

25 millioner barn vil være foreldreløse innen år 2010 på grunn av aids

UNAIDS

AIDS OG NÆRINGSLIV

Aidsepidemien kan ramme næringslivsbedrifter både direkte og indirekte. Når høy sykkelighet og dødelighet rammer et samfunn, reduseres verdiskapningen og kjøpekraften.

Når høy sykkelighet og dødelighet rammer en bedrift, faller produktiviteten mens driftskostnadene øker. Reduserte kjøpekraft medfører at etterspørselen etter varer og tjenester blir mindre.

Makroøkonomiske konsekvenser av hiv/aidsepidemien

Fordi aidsepidemien berører de produktive aldersgruppene så sterkt, vil effekten av epidemien merkes i alle sektorer. Verdensbanken beregner at BNP kan bli redusert med 20-30% i land hvor 10 % av befolkningen er smittet med hiv.

I samfunn med høy forekomst av hiv, vil mange yrkesaktive være helt eller delvis borte fra produktiv virksomhet på grunn av egen sykdom eller omsorgsoppgaver i forbindelse med familiemedlemmers sykdom. Inntektsnivået faller, kjøpekraften blir dårligere og sparingen reduseres. Etter hvert som det lokale markedet utarmes, blir den økonomiske veksten mindre. Det blir færre ressurser tilgjengelig for produksjon og investeringer.

Det er vanskelig å beregne de makroøkonomiske konsekvensene av aidsepidemien nøyaktig, fordi påvirkningene er så mange og virker både direkte og indirekte. For eksempel vil et svekket utdannings- og helsesystem før eller senere gå utover produktiviteten i næringslivet, og et svekket næringsliv vil ramme offentlig sektor hardt når skatteinngangen reduseres. I jordbruket kan man se at produksjonsmetoder forenkles og inntektene synker.

Konsekvenser for bedriftene

Det viser seg på bunntlinjen hvis mange ansatte i sin beste alder blir alvorlig syke eller dør.

Konsekvensen for bedriften blir at kostnadene øker, dels på grunn av direkte finansielle utlegg og dels som følge av redusert produktivitet:



Kostnadstype	Definisjon	Eksempel
Direkte kostnader	Direkte finansielle utlegg	• Bedriftens helsetjeneste • Pensjonsfond og forsikringer • Utgifter til dødsfall og begravelser • Rekrutteringskostnader • Opplæringskostnader • Kostnader til hivforebyggende arbeid
Indirekte kostnader	Redusert produktivitet	• Sykefravær • Fravær ved andres begravelser • Redusert produktivitet under sykdom • Tid fra ledelse og administrasjon
System-kostnader	Belastning og slitasje på bedriften som system	• Belastende for kultur/moral når mange er syke og har problemer • Stadige avbrekk i arbeidsrutiner • Problem med arbeidstakernes disiplin • Bedriftens rykte og goodwill

I tillegg til at bedriften kan få økte kostnader, kan også inntektene bli redusert dersom kundenes økonomiske evne svekkes på grunn av aidsepidemien.

Det kan være vanskelig å beregne nøyaktig hvor store de økonomiske konsekvensene av aidsepidemien kan komme til å bli for en enkeltbedrift, og i hvor stor grad epidemien kan komme til å påvirke bedriftens driftsresultat. Dette vil blant annet være avhengig av hvilke hiv/aidstiltak bedriften setter i verk, og på hvilket tidspunkt tiltakene lanseres. Det er viktig at bedriften på et overordnet nivå bygger opp kunnskap om og forståelse av de potensielle sosioøkonomiske konsekvensene av hiv/aids på egen organisasjon og egen bransje.

Ikke minst bør bedriften se på de langsiktige forventede konsekvensene, slik at den kan legge alternative strategier. Dersom man omsetter i et marked som er sterkt rammet av epidemien, må man vurdere om omsetning og fortjeneste vil kunne gå ned, og eventuelt utvikle strategier for å møte og motvirke dette.



Alle foto: Ole Bernt Frøshaug

The evidence is overwhelming that we either pay a relatively small amount to contain HIV/AIDS now, or pay much more, with much lower prospects of success, in the future.

Peter Piot
Direktør i UNAIDS





Foto: Morten Hvaal





Foto: Trond Topstad

I should like to issue three challenges to business, both in industrialized countries, and in the developing world:



First, embrace your workforce and their families, by working to end prejudice and discrimination against those affected by AIDS. Allow people with HIV to continue working, and so to remain useful members of society.

Second, do everything you can to protect the communities where you work, by preventing the spread of HIV in your workplaces and beyond. You can do this by spreading AIDS awareness and by distributing condoms.

And third, look to the global picture: realize the implications of this world epidemic, and join in the effort to combat it. Join forces with the many organizations, governmental and non-governmental, which are in the forefront of the fight for survival. The struggle against AIDS is a moral imperative -- who could deny it? Happily, it is also a commercial imperative. It makes good business sense.

Kofi Annan
UN Secretary-General



Alle foto: Ole Bernt Frøshaug

HVORFOR BØR DIN BEDRIFT TA UTFORDRINGEN?

En strategisk riktig investering på et optimalt tidspunkt er oppskriften for alle som er opptatt av å skape verdier.

Ikke helt uventet: slik er det også når det gjelder hiv/aids. Den som er forutseende og setter i gang fornuftige hiv/aidsiltak på et tidlig tidspunkt, vinner på det. Den som lukker øynene, sitter igjen med svarteper senere.

Tidlige tiltak lønner seg

UNESCO har laget en modell som viser at det er lønnsomt å sette i verk hiv/aidsiltak så tidlig som mulig. Modellen vurderer de totale kostnadene ved tre ulike strategier:

- Bedriften iverksetter tiltak i en tidlig fase av epidemien, før aids er høyt oppe på den lokale agendaen.
- Bedriften iverksetter tiltak i en sen fase av epidemien, når alle er opptatt av problemene fordi de er så synlige.
- Bedriften forholder seg passiv.

Som illustrert i figuren under, blir totalkostnadene klart lavest i bedrifter som er proaktive og responderer på utfordringene på et tidlig tidspunkt.



Ved å fokusere på hiv/aids, kan du gi bedriften et mer menneskelig ansikt.

Mange av bedriftene som har markert seg som aktive aktører i kampen mot aids, har opplevd at resultatet blir en selvforsterkende positiv oppmerksomhet både internt og eksternt.

På en arbeidsplass der mange ansatte føler seg berørt av hiv/aids, oppleves det svært positivt hvis arbeidsgiveren bryr og engasjerer seg. Dette gjelder både for de ansatte som "bare" er bekymret for sin egen smittestatus og for dem som allerede vet de er smittet eller har venner og familiemedlemmer som er syke.

Hvis bedriften signaliserer åpenhet om temaet og tar standpunkt mot diskriminering, tør flere teste seg. Frivillig testing er faktisk ett av de sterkeste virkemidlene vi har når det gjelder å forebygge nysmitte med hiv (se side 58).

Hvis bedriften skaper en opplevelse av at alle er med i en felles innsats mot et betydelig samfunnsproblem, blir arbeidsmiljøet bedre. Lagånden forsterkes, noe som i neste omgang kan ha betydning for både produktivitet og lønnsomhet.

Også i opinionen har de fleste bedrifter mye å vinne på å engasjere seg. Både forbrukerne, næringslivet, mediene, de frivillige organisasjonene og myndighetene legger merke til et selskap som gjør en innsats på et felt de fleste oppfatter som viktig. Positiv omtale av en sosialt ansvarlig bedrift, er selvsagt god markedsføring.

I Norge har Veidekke ASA fått mye positiv omtale og oppmerksomhet på grunn av sin satsning på helse, miljø og sikkerhet i et datterselskap i Øst-Afrika. Hiv/aidsiltak har hatt en stor plass i denne satsningen.

Norplan-gruppen har fått tilsvarende positiv publisitet fordi selskapet har vært en pådriver for å gjennomføre helsekonsekvensutredninger og hivforebyggende tiltak i forbindelse med infrastrukturprosjekter i utviklingsland.

Enkelte flernasjonale selskaper har aktivt brukt sitt hiv/aidsengasjement i markedsføringen. Blant annet Benetton har svært positive erfaringer med dette.

- Våre kampanjer er ikke bare en måte å kommunisere på, men et ekte uttrykk for vår egen tid. De har fungert bra på mange måter - og blitt lagt merke til i virvaret av inntrykk som passerer forbi, har Luciano Benetton uttalt.

Bedriftens virksomhet kan føre til økt smitterisiko

Mange bedrifter utsetter sine ansatte, deres familier og omgivelsene forøvrig for høyere risiko for hivsmitte.

Dette gjelder spesielt virksomhet som er basert på migrasjon, og som derfor fører til at familier er splittet over lengre tid. Gruvearbeid, transportarbeid og anleggsarbeid er naturlige eksempler på næringsvirksomhet med spesiell risiko.

Rundt gruvesamfunn, som ofte er sterkt mannsdominerte arbeidsplasser basert på migrasjon, oppstår det gjerne en industri av barer og mer eller mindre åpen prostitusjon, hvor lokale eller tilreisende kvinner blir tilknyttet. En slik drikke- og prostitusjonskultur øker smitterisikoen både for arbeidsstokken, for de kvinnene som selger sex, og for lokalsamfunnet rundt.

I tråd med prinsippet som er blitt akseptert i forhold til forurensning ("polluter pays"), bør bedriften se at dersom den påfører et lokalsamfunn økt risiko, må den være med og ta ansvar for tiltak som motvirker smittespredning. En ansvarlig holdning til dette innebærer at bedriften i sin løpende hiv/aidsanalyse vurderer om den har virksomhet som kan være forbundet med økt risiko for hiv-smitte.

Motforestillinger du kanskje har hørt

Å sette i gang aidstiltak på arbeidsplassen er ikke bare enkelt.

Før man kommer i gang, kan det virke nokså uoverstigelig å få til et hiv/aidsprogram. I mange organisasjoner vil det i begynnelsen også være en viss intern skepsis mot at bedriften engasjerer seg. Noen vil naturlig nok føle seg sjenerte og blyge når det fokuseres på et tema som uvilkårleg er forbundet med sex og seksualitet. Andre vil ha mer eller mindre gjennomtenkte motforestillinger mot hiv/aidstiltak på arbeidsplassen. Det er viktig å lytte til slike innvendinger, og diskutere dem grundig.

Her er noen vanlige motforestillinger, med kommentarer:



Motforestillinger som forekommer

”Hiv/aidstiltak kan være stigmatiserende. De ansatte kan komme til å tenke at vi driver en heksejakt på dem. Det kan virke negativt inn på arbeidsmiljøet.”

”Hiv/aidstiltak kan gi oss dårlig omdømme hos våre kunder og samarbeidspartnere. De vil nok ikke synes om at vi tar opp sensitive temaer som tilhører det intime privatlivet.”

”Det er vanskelig å få til noe, og vi har ikke kompetanse til dette. Kanskje vi bare gjør vondt verre.”

”Gevinstene ved å sette i verk hiv/aidstiltak er usikre, og de kommer i alle fall sent. Eventuelle tiltak koster penger, og kan være konkurransevridene.”

”Det nytter ikke.”

Kommentarer

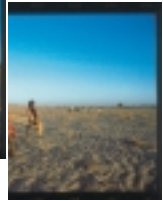
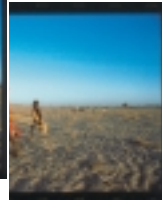
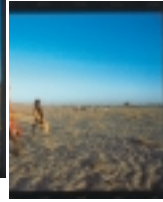
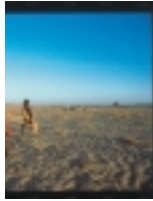
Taushet og fravær av positive tiltak gir virkelig grobunn for negative holdninger og stigmatisering. En bedriftsledelse som ikke tar fatt i et problem som berører mange av de ansatte, kan oppleves som fjern og likeglad.

Bedrifter som markerer seg med å gjennomføre gode hiv/aidstiltak, får som regel mye goodwill og positiv omtale.

Det er ingen umulig oppgave å sette i gang gode og nyttige hiv/aidstiltak på en arbeidsplass. Dessuten finnes det mange erfaringer som bedriften kan gjøre seg nytte av.

Hiv/aidstiltak kan redusere sykefraværet på både kort og lang sikt, og dermed redusere kostnader forbundet med økt sykkelighet. Ifølge UNESCO vil bedriftens totale kostnader i forbindelse med hiv/aidsepidemien bli lavere jo tidligere de settes i verk.

Det er mange eksempler som viser at det faktisk nytter å sette i verk hiv/aidstiltak. Dessuten er det både riktig og viktig.



Alle foto: Trygve Bølstad



Foto: Ole Bernt Frøshaug



Foto: Per Kr. Lunden



Foto: Ole Bernt Frøshaug

HVORDAN KAN BEDRIFTEN ARBEIDE MED AIDS?

Et arbeidsplassprogram som fokuserer på hiv/aids kan bety mye - både for den enkelte ansatte og for bedriften!

Som arbeidsgiver har du en reell mulighet til å gi dine ansatte og deres familiemedlemmer en bedre tilværelse i en verden med aids. Du kan bidra aktivt til at færre blir smittet med hiv, og du kan sørge for at det blir lettere å leve med hiv for dem som allerede er smittet.

Men hiv/aidsiltak kan gi betydelige gevinster også for bedriften selv. En relativt frisk arbeidsstokk er en viktig forutsetning for både produktivitet og lønnsomhet. Det kan være mye å spare på å forebygge sykefravær, dødsfall, nyrekruttering og opplæring.

Informasjon alene er ikke tilstrekkelig!

Det finnes ikke holdepunkter for at informasjon alene forebygger hiv.

Kanskje tenker du at et hiv/aidsprogram først og fremst består av en pakke informasjonstiltak. Selv om god og korrekt kunnskap kan være en viktig forutsetning for å endre atferd, er det ikke vist at informasjon alene fører til atferdsendringer som forebygger hiv.

Atferdsendring er en sammensatt og komplisert prosess. Dette gjelder ikke minst endring av seksuell atferd. For å begynne å praktisere sikrere sex må man for det første ha identifisert seg med problemet ("hiv gjelder faktisk meg"), bygget opp endringsmotivasjon, og fått tro på at endring er mulig.

Men, gode intensjoner er heller ikke alltid tilstrekkelig. Faktisk atferdsendring oppstår lettere i et miljø som gir direkte og indirekte hjelp og støtte i endringsprosessen. Dessuten påvirkes vi i sterk grad av holdninger og handlinger hos venner og rollemodeller.

Du og din bedrift kan med en kombinasjon av ulike tiltak bidra til atferdsendring blant de ansatte. Informasjon må være en del av pakken, men er ikke nok.

Å være aktiv deltaker er noe helt annet enn å være passiv mottaker av informasjon.

Det skjer noe med personer som lar seg engasjere og aktivere. De tenker selv, mener, får idéer og stiller opp. I prosessen blir de kunnskapsrike på en annen og mer involverende måte enn når de leser en artikkel eller hører et foredrag, og de får et eiendomsforhold til det de driver med.

Disse mekanismene kan du utnytte for å gjøre hiv/aidstiltakene i din bedrift mer effektive. Ikke la hiv/aidsinnsatsen bli et enmannsshow! Trekk de ansatte på alle nivåer med i planleggingen, gjennomføringen og evalueringen av tiltak.

Hvem vil du nå fram til?

Som arbeidsgiver har du selvsagt et primært ansvar for dine ansatte. Men for å oppnå gode resultater av bedriftens hiv/aidsarbeid, er det gode grunner til å gjøre målgruppen for tiltakene litt bredere.

De aller fleste som smittes med hiv, smittes seksuelt. Alle hiv-forebyggende tiltak berører derfor temaer som sex, sexvaner, ekteskap og familieliv, og de ansattes kjærester, ektefeller og barn bør være en del av målgruppen.

I kulturer med sterk mannsdominans har kvinner tradisjonelt lite å si også når det gjelder sex. Derfor er de ekstra utsatt for smitte, og derfor har de relativt liten påvirkningskraft på menns seksuelle atferd. Mange kvinner opplever at de blir presset til å ha sex med sjefer eller med kollegaer. Dette kan være et vanskelig tema for bedriften å ta opp, men det kan være lettere når man bruker hiv-forebygging som innfallssport.

Kanskje kan noe av den nye åpenheten du og din bedrift skal bygge blant de ansatte eksporteres til hjemmesituasjonen. Kanskje kan du bidra til at flere par snakker litt mer om hvordan de kan ta vare på seg selv og hverandre. Kanskje kan du forebygge at dine ansatte en gang i framtiden må bruke tid, krefter og ressurser på å pleie et familiemedlem med aids.

Lang horisont

For å ha effekt, må hiv/aidsprogrammet på arbeidsplassen være noe mer enn et godt ment skippertak i ny og ne.

Tiltakene trenger ikke være spesielt omfattende eller tidkrevende fra dag til dag, men de bør vare over tid. Fokus på hiv/aids bør bli en naturlig og integrert del av bedriftens måte å tenke på, i forhold til daglig drift, strategi, økonomi, personalpolitikk, markedsføring og sosial ansvarlighet.

Men alt må ha en begynnelse. En god måte å starte på er å signalisere tydelig at bedriften ønsker å ta fatt i hiv/aids som tema og utfordring. Hvilke konkrete tiltak man deretter skal sette i verk, kan man så diskutere, vurdere og revurdere etter hvert.

Finn gode samspillpartnere

Det er ikke nødvendig for bedriften å finne opp hjulet på nytt når det gjelder gode aidstiltak. Det er heller ikke nødvendig at bedriften sikrer seg all tenkelig kompetanse i forhold til hiv og aids. Samspill og samarbeid med andre er tingen.

I de fleste land vil det være mange aktører som arbeider med hiv og aids. Kanskje har andre bedrifter gjort spennende tiltak din bedrift kan lære av, eller kanskje finnes det offentlige tjenester og frivillige organisasjoner som man kan samarbeide med.

Noen eksempler:

- En bedrift har utviklet et program for å lære opp likemannsinformanter. Din bedrift kunne overta og bruke det samme opplegget.
- En ungdomsorganisasjon har laget et teaterstykke om hiv og aids. Din bedrift kunne invitere teatertruppen, og etter forestillingen kunne det arrangeres en diskusjon mellom skuespillerne og tilhørerne.
- Det nasjonale aidsprogrammet har trykket opp brosjyrer, hefter og plakater. Din bedrift kunne etterspørre materialet og dele det ut blant de ansatte.

- Klinikken i nærheten er opptatt av å teste folk for seksuelt overførte infeksjoner, og de vil gjerne informere de ansatte om dette. Din bedrift kunne si ja til å sette av tid til et informasjonsmøte.
- Det lokale UNICEF-kontoret støtter tiltak for å forebygge at gravide hivpositive kvinner overfører viruset til sine barn. Din bedrift kunne anbefale tiltaket for de ansatte og deres kvinnelige partnere.
- Den lokale aidskomitéen ønsker å etablere et senter for testing og rådgivning. Det vil koste penger. Din bedrift kunne bidra til finansieringen mot at de ansatte får gratis testing og oppfølging.
- Det er startet et senter for hivpositive i nærheten. Din bedrift kunne innlede samarbeid med senteret, og gjøre senterets tjenester kjent for sine ansatte.

I mange land er det etablert nasjonale aidskommisjoner. De ledes ofte av visepresidenten eller en annen person på høyt nivå. Kommisjonene har som regel representanter fra ulike samfunnssektorer som medlemmer, gjerne inkludert representanter for bedrifter eller arbeidsgiverorganisasjoner. Ofte finnes det også lokale aidskomitéer, hvor de som er involvert i det lokale aidsarbeidet møtes. Gjennom deltagelse i en slik komité kunne bedriften få oversikt og innflytelse over innsatsen som gjøres i nærmiljøet. Det ville sannsynligvis også være et godt sted å knytte kontakter med aktører som har kompetanse og ressurser som bedriften kunne dra nytte av.



Foto: Ole Bernt Frøshaug

Hydros erfaringer fra Sør-Afrika

Hydros heleide gjødselselskap i Sør-Afrika, Kynoch Fertilizer Ltd., har siden juli 2001 drevet et hiv/aidsforebyggende prosjekt overfor sine ansatte. Prosjektet har som formål å redusere spredningen av hiv/aids, ta vare på dem som er smittet, skape en åpen atmosfære for å eliminere stigma samt forbedre forholdet til lokalmiljøet.

Følgende aktiviteter er gjennomført:

- Prosjektet ble lansert i forbindelse med Verdens aidsdag i 2001 i et samarbeid mellom Kynochs ledelse, en teatergruppe og de lokale helsemyndighetene
- Kynoch har utarbeidet en aidspolitik i samarbeid med fagforeningene
- Likemannsinformanter og hiv/aidsrådgivere har fått opplæring i samarbeid med de lokale helsemyndighetene og organisasjonen Life Line
- Kondomer er tilgjengelig
- T skjorter, klistremerker og nåler er produsert og distribuert

– Prosjektet er blitt oppfattet positivt, både blant de ansatte og i lokalmiljøet, forteller Camilla Nyhuus Christensen i Hydro. - Det har bidratt til å skape økt tillit til Hydro som arbeidsgiver og kommersiell samarbeidspartner. Sør-Afrika er ett av landene som er hardest rammet av hiv/aids, og for Hydro er det naturlig å ta utfordringen på alvor som del av selskapets sosialt ansvarlige kultur, understreker hun.

- The epidemic affects social
and economic life in ways we have
never seen before.

Franklyn Lisk
Direktør, ILO Global Programme on HIV/AIDS and the World of Work



Foto: Morten Hvaal



Foto: Abir Abdullah/Drik





Foto: Per Kr. Lunden

- A few years ago it would have been unthinkable that a board of directors of a company would have considered treating HIV/AIDS. But now it's hitting the bottom line and there must be a good economic argument [for providing drugs]. It's a very important development, if not a breakthrough.

Peter Piot
Direktør i UNAIDS



Foto: Morten Hvaal

KONKRETE HIV/AIDSILTAK

Hvilke tiltak bør man sette i verk? Og hvor skal man begynne?

På de neste sidene finner du åtte konkrete tiltak bedriften kan gjennomføre.

Hvert enkelt av disse tiltakene er et viktig og virkningsfullt verktøy i kampen mot aids. I kombinasjon vil de utgjøre en kraftfull tiltakspakke som med stor grad av sannsynlighet vil gi gode resultater.

Noen av tiltakene henger sammen kronologisk, slik at man bør begynne med de første tiltakene først. Lenger nede på lista står det om tiltak som vil være avhengig av bedriftens situasjon og av lokale forhold og prioriteringer.

1. Sett hiv/aids på dagsorden

Klimaet avgjør hva vi tør å snakke om - og tenke på.

Hiv forbindes med seksualitet, sjenerthet, skam og stigma. Derfor kan det være et vanskelig tema å ta opp. De negative assosiasjonene kan til og med gjøre det vanskelig å tenke klart omkring kombinasjonen hiv/aids, egen seksualitet og personlig sårbarhet.

Men vi kan trenes opp. Vi kan lære oss å snakke om og tenke rundt ømtålige temaer, hvis klimaet i omgivelsene gir oss lov. Som arbeidsgiver kan du bidra til et godt klima ved å sette hiv/aids på dagsorden.

Den dagen du sier at nå, folkens, skal vi jobbe med aids, har du åpnet opp for en viktig prosess. Kanskje vil du synes at det er litt vanskelig å begynne å snakke om denne typen tema. Men du kan klare det. Muligens ville det være å svikte sitt ansvar som leder å la være?

Når isen er brutt, er mye gjort. Åpenhet smitter nesten alltid. Heldigvis.

2. Lag en hiv/aidspolitikk

54-55

Siden hiv er forbundet med fordommer og stigmatisering, trenger bedriften å fastslå noen viktige prinsipper.

Frykt er en svært dårlig strategi hvis man ønsker å oppnå atferdsendring. Hvis de ansatte er redde for sanksjoner, diskriminering og stigmatisering i fall de skulle vise seg å være hiv-positive, vil det være vanskelig å komme noen vei i hiv/aidsarbeidet på arbeidsplassen. Det er viktig å fastslå at alle ansatte behandles med respekt og likeverd, og at respekten og likeverdet ikke opphører dersom en ansatt har et virus i kroppen.

En aidspolitikk gir bedriften anledning til å kommunisere sine holdninger, hvordan den vil arbeide med hiv/aids og hvordan den vil behandle ansatte som lever med hiv. Noen viktige spørsmål å besvare kan være:

- Vil bedriften spørre ansatte eller jobbsøkere om deres hivstatus?
- Vil bedriften si opp en ansatt som forteller at han er hivpositiv?
- Hvordan vil bedriften reagere på diskriminering eller mobbing av hivpositive?

Hvis utarbeidelsen av bedriftens aidspolitikk gjøres til en deltakende prosess, kan den åpne for verdifulle samtaler og diskusjoner mellom ansatte på ulike plan.

Språket stigmatiserer

Du har kanskje lest eller hørt aids omtalt som "the terrible killer disease" eller "this deadly epidemic".

Dette er verdiladde formuleringer som kommuniserer noe annet enn at aids er en sykdom med alvorlige konsekvenser for enkeltmennesker og lokalsamfunn. I stedet uttrykker de håpløshet og mangel på empati og omtanke. Når hørte du sist noen beskrive kreft som "en grusom, dødbringende pest"?

Svaret er: aldri.

Vi snakker ikke slik om eller til en som har kreft. I stedet legger vi inn medfølelse og håp i det vi sier - på og mellom linjene.

Kreft er en alvorlig sykdom og kan i mange tilfeller føre til tidligere død enn en hivinfeksjon. Men den er oppfattet som en ”ren” og ”uskyldig” lidelse. Hiv, derimot, er forbundet med sex og nytelse, moral og moralisme, synd og skam. Forskjellen er enorm. Hvis du stigmatiserer med språket du bruker, gjør du det vanskeligere å leve med hiv.

Og du gjør det vanskeligere å forebygge hivinfeksjoner. Frivillig hivtesting er en av de mest effektive hivforebyggende tiltakene vi kjenner. Men hvem vil ta en hivtest hvis omgivelsene fordømmer et positivt testresultat?

Å lage en aidspolitikkk bør være en del av et større arbeid for å forstå hva hiv og aids innebærer for den enkelte – og for bedriften. Det er også en del av en planprosess, hvor man diskuterer hva man konkret vil gjøre på arbeidsplassen.

På side 68 finner du mer stoff om hvordan man kan arbeide med en aidspolitikkk og hva den skal inneholde.

3. Sørg for gode informasjonstiltak

Informasjonen skal selvsagt formidle faktakunnskap. Men det er minst like viktig at den kommuniserer gode holdninger.

Informasjon og opplysningsvirksomhet er en hjørnestein i ethvert hivforebyggende arbeidsplassiltak. Riktignok er ikke kunnskap alene nok for å oppnå atferdsendring (se side 44), men informasjonstiltakene er likevel helt nødvendige.

God informasjon formidler riktig og viktig kunnskap på en måte som er tilpasset målgruppen. Den tar i tu med misoppfatninger og myter, og den formidler konstruktive holdninger. Aller helst aktiviserer den i stedet for å gjøre målgruppen til passive tilhørere.

Blant temaene som bør dekkes i et hivinformasjonsopplegg er:

- Hvordan hiv smitter og ikke smitter
- Forskjellen på hiv og aids
- Kondomer og kondombruk for menn og kvinner
- Hivtesting og testresultater

- Å leve med hiv
- Egenomsorg og behandling
- Seksualitet, sex og parforhold
- Seksuelt overførte infeksjoner
- Stigmatisering og diskriminering

De fleste som har noen års skolegang bak seg er smertelig klar over at ikke alle forsøk på informasjonsformidling er like vellykkete. Det er selvsagt vanskelig å gi en kortfattet oppskrift på hvordan man skal lykkes i alle situasjoner, men her er noen råd og tips som kan være verd å notere seg:

- Ingen liker kjedelige foredrag! Et langdrygt møte etter arbeidstid fredag ettermiddag er ikke noen spesielt god idé.
- Det er morsomt å lære ved å være aktiv! En diskusjon er som regel mer involverende enn et enveisforedrag.
- Prosjekter er spennende og utfordrende. Kanskje kan en gruppe ansatte tenke seg å være med på å lage en brosjyre, et teaterstykke eller en videofilm om hiv/aids? Husk å kvalitetssikre informasjonen.
- Vi lærer effektivt av dem vi identifiserer oss med. Derfor fungerer likemannsinformanter ("peer educators") som regel godt. En likemannsinformant er for eksempel en ansatt som har gått på kurs for å lære om hiv/aids, og som senere blir en ressursperson blant arbeidskameratene. Det er ikke så pinlig eller truende å snakke med en likemann om sensitive temaer.
- Vi vil gjerne underholdes. Derfor er *infotainment* som regel så vellykket. Begrepet innebærer at man integrerer hiv/aidsinformasjon med populære fritidsaktiviteter, som for eksempel idrettsturneringer, musikk, dans eller konkurranser.
- Fornøyelse eller gjentakelse? Informasjonstiltakene bør i noen grad variere over tid, ellers vil mange oppfatte dem som nokså forutsigbare og litt kjedelige. Samtidig er det viktig at sentral informasjon blir gjentatt. Vi har nokså lett for å skyve unna informasjon vi ikke er begeistret for! Dessuten må man huske på at den kollektive hukommelsen i en bedrift kan være nokså kort, særlig hvis det

stadig er en viss utskifting av medarbeidere.

- For mange bedrifter vil det være aktuelt å få ekstern hjelp til å drive informasjons-, kommunikasjons- og opplæringsaktiviteter. Kanskje kan du ansette en ressursperson til å lede gjennomføringen av hiv/aidsprogrammet i din bedrift? Kanskje er det aktuelt å samarbeide med en frivillig organisasjon? Kanskje er løsningen å kjøpe tjenester av en konsulent?

Entreprenørens erfaringer

AS Noremco, det østafrikanske datterselskapet til Veidekke ASA, har det siste året gjennomført et pilotprosjekt for å få erfaringer med hiv/aidsrettede arbeidsplass tiltak. Prosjektet har vært gjennomført som en del av en større satsning på helse, miljø og sikkerhet. Et variert tilbud av informasjonsaktiviteter har hatt en viktig plass i programmet:

- En gang i uken har de ansatte vært samlet til et kort “verktøykassemøte” før arbeidsdagen starter. Der diskuteres spørsmål om helse, miljø og sikkerhet inklusive hiv/aids.
- Med jevne mellomrom har de ansatte deltatt på gruppeseminarer om hiv/aids.
- Med jevne mellomrom inviteres de ansattes familier til sosiale familiearrangementer på søndag ettermiddag. Blant annet står hiv/aids på agendaen.
- Firmaets ”safer sex football competition” og ”safer sex dance competition” har blitt mektig populære. Hiv/aids settes i fokus ved hjelp av en speaker og et høytaleranlegg.
- Et trettitalls ansatte har fått opplæring som likemannsinformanter.
- Firmaet har laget egne informasjonsbrosjyrer om hiv/aids i tillegg til t-skjorter, klistremerker, videoer og en kalender med hiv/aidsfokus.

4. Tilby hivtesting og rådgivning

58-59

Frivillig hivtesting, ledsaget av en personlig veiledningstime, er kanskje den mest effektive strategien som finnes for å endre risikoatferd.

Det skjer noe med deg når du bestemmer deg for å ta en hiv-test. Forskning viser at en stor andel av både hivpositive og hivnegative endrer seksualatferd etter at de har fått testresultatet. Det er også dokumentert at dette slår ut i redusert nysmitte med hiv og andre seksuelt overførte infeksjoner.

Alle bedrifter som skal gjennomføre hiv/aidstiltak på arbeidsplassen bør derfor legge til rette for at de ansatte har tilgang til frivillig hivtesting. Men det er noen viktige forutsetninger som må oppfylles for at tiltaket skal bli vellykket:

- Tilbudet må være 100% frivillig. Den enkelte må selv være motivert for å la seg teste. Alle grader av tvang vil bryte med grunnleggende regler om respekt for individet, og vil sannsynligvis skape så mye frykt at alle de andre hiv/aidstiltak på arbeidsplassen blir bortkastet.
- Tilbudet må sikre 100% konfidensialitet for den som lar seg teste. Ingen andre må kunne få vite om testresultatet, og tjenesten bør normalt ikke tilbys fra personell ansatt av bedriften selv (eller som arbeider i bedriftens lokaler).
- Testen må ledsages av en personlig rådgivningssamtale både før testen tas og når resultatet er klart. Personellet som står for rådgivningen må ha fått spesiell opplæring.

For de aller fleste bedrifter vil det være naturlig å innlede samarbeid med en lokal tjenestetilbyder for å levere denne tjenesten til de ansatte. Sentre for frivillig hivtesting ("voluntary confidential counselling and testing"; VCCT) finnes etter hvert i svært mange land, ikke minst i Afrika.

5. Sørg for at seksuelt overførte infeksjoner blir behandlet

Hvis man har en seksuelt overført infeksjon (SOI), øker risikoen for å bli smittet med hiv.

Særlig høy er risikoen dersom man har en seksuelt overført infeksjon som fører til sår på kjønnsorganene.

Tidlig diagnostisering og behandling av SOI er en effektiv måte å forebygge hivsmitte på. I enkelte studier har nysmitten blitt redusert til nesten det halve etter at man har innført et behandlingstilbud for SOI. Det er verdt å merke seg at mange, ikke minst kvinner, kan ha SOI uten å være klar over det selv.

Sørg for at dine ansatte har et helsetjenestetilbud som fokuserer tilstrekkelig på seksuelt overførte infeksjoner! Vurder om personalet som leverer helsetjenester har behov for kurs og opplæring for å ivareta denne oppgaven godt nok.

6. Sørg for at kondomer er tilgjengelige

Når en person først bestemmer seg for å ha sikrere sex, er det avgjørende at forholdene ligger til rette for at det er gjennomførbart.

Bedret kondomtilgjengelighet er derfor en selvskreven ingrediens i alle arbeidsplassprogrammer.

Hvorvidt kondomene skal være gratis eller koste penger, kan det være verdt å diskutere. Det viktigste er at kondomer alltid er lett tilgjengelig både på arbeidsplassen og – om mulig – på steder hvor de ansatte ferdes utenom arbeidstid.

Kondomer er effektive

Kondomer gir høy grad av beskyttelse mot hivinfeksjon. Hvor effektivt kondom virker, er blant annet studert ved å følge par som oppgir å bruke kondom hver gang de har sex - og der den ene er hiv-positiv og den andre hivnegativ. Risikoen for at den hivnegative skal bli smittet er da rundt ett tilfelle per 100 person-år.

7. Omsorg og tiltak for personer som lever med hiv og aids

Verden er urettferdig. Mindre enn 4 % av klodens aidspasienter får behandling med de moderne aidsmedisinene.

Men, prisene er på vei nedover, og forhåpentligvis vil de fortsette å falle i tiden som kommer. Et økende antall bedrifter hjelper allerede nå sine hivpositive ansatte til antivirale aidsmedisiner. Kanskje kan dette være en mulighet også i din sammenheng?

Antivirale medisiner ville utvilsomt forlenge den yrkesaktive levetiden for dine ansatte ganske betydelig. De ville også redusere sykefraværet og gi gevinster i form

av økt produktivitet. Dessuten er det sannsynlig at de ville bidra til at flere går til frivillig hivtesting, som igjen er et effektivt smitteforebyggende tiltak (se side 58).

AngloGold tilbyr aidsmedisiner til sine ansatte i Sør-Afrika

Gruveselskapet AngloGold har i mange år hatt et hiv/aidsprogram for sine ansatte i Sør-Afrika. Programmet, som i 2002 har et budsjett på 17 USD per ansatt, har omfattet informasjonstiltak, opplæring av likemannsinformanter, behandling av seksuelt overførte infeksjoner, frivillig hivtesting og et medisinsk omsorgstilbud for ansatte som lever med hiv. Nylig innførte bedriften en prøveordning der hivpositive ansatte får tilbud om behandling med moderne aidsmedisiner ("highly active antiretroviral therapy"; HAART). Bedriften har beregnet at behandlingen vil koste USD 244 pr. person pr. måned. Kostnadene er forbundet med medisiner (54 %), personell (23 %), laboratorieundersøkelser (16 %) og overhead (7 %).

Det er en del praktiske og etiske spørsmål som må besvares før behandling med antivirale aidsmedisiner eventuelt blir en del av tiltakspakken i din bedrift. Et slikt spørsmål er beskrevet under.

Hva om hun slutter hos oss

En aidspasient som begynner på behandling skal i de aller fleste tilfeller fortsette med medisinenene resten av livet. Et avbrudd i behandlingen kan være svært uheldig. Arbeidsgivere som ønsker å tilby moderne aidsmedisiner til sine ansatte må blant annet ta stilling til hva som skal skje hvis ansettelsesforholdet opphører.

Selv om det foreløpig ikke skulle være aktuelt å finansiere aidsmedisiner til de ansatte i din bedrift, er det mye annet firmaet kan gjøre for å støtte og hjelpe dem som er hivpositive. Her er de viktigste tiltakene:

- Fokuser på å skape positive holdninger til hivpositive. Ta opp temaet direkte, og arbeid med dine egne holdninger. Gå foran med et godt eksempel.
- Ved enkle tiltak kan bedriftens helsetjeneste bli bedre til å forebygge tuberkulose (vanlig hos hivpositive) og behandle opportunistiske infeksjoner hos aidspasienter. Slike tiltak har dokumentert positiv effekt både på sykelighet og dødelighet.
- Helsetjenesten kan også kobles inn i tiltak for å bedre ernæringstilstanden for hivpositive. Kostråd og næringstilskudd kan forebygge vekttap og forsinke

sykdomsutviklingen hos personer som lever med hiv.

Vurder om personalet som leverer helsetjenester til dine ansatte har behov for kurs og opplæring for bedre å kunne ivareta denne typen oppgaver.

8. Unngå at bedriftens virksomhet øker byrden av aids i lokalsamfunnet

Tenk deg et næringsutviklingsprosjekt som er både veldrevet og lønnsomt. Som ser ut til å være til stor gagn både for bedriften, dens ansatte og storsamfunnet. Kort sagt; tenk deg prosjektet som er enhver bedriftsleders drøm.

Men, tenk deg så at prosjektet har en ukjent side som ingen legger merke til i første omgang. Det fører nemlig til økt hiv-smitte i et nærliggende lokalsamfunn. Ganske mange mennesker blir hivpositive.

Konsekvensen er at prosjektet medfører skjulte sosiale og økonomiske kostnader. De dukker sannsynligvis ikke opp i prosjektrengskapet, men de er ikke mindre reelle av den grunn. Etter hvert som de smittede blir syke, vil de komme til å belaste økonomien til lokale husholdninger og – en allerede svak og underfinansiert – lokal sosial- og helsesektor.

Kanskje er det ingen som gjør opp endelig prosjektstatus noen år senere. Men om noen skulle gjøre det, vil det vise seg at de totale fordelene og gevinstene ved mønsterprosjektet ble mindre enn de ellers kunne vært.

Dette eksempelet er ikke urealistisk. Næringsutvikling kan ha svært direkte konsekvenser for hivsituasjonen i et lokalsamfunn. I mange tilfeller er den økte smittespredningen forbundet med at folk forflytter seg. Både anleggsarbeidere, transportarbeidere og andre med mye reiseaktivitet er utsatt. Det er også menneskene som bor i de lokalsamfunnene den mobile arbeidskraften interagerer med. Hvis et prosjekt fører til at den økonomiske aktiviteten i et område øker, blir resultatet ofte tilflytting. Mange søker nye muligheter når økonomien blomstrer opp. Derfor kan et prosjekt være årsak til betydelig større migrasjon enn arbeidsstokkens størrelse skulle tilsi. Også innflytterne er utsatt for større smitterisiko.

For at bedriften skal kunne oppdage og ta hensyn til denne typen konsekvenser av næringsutvikling, må den ha rutiner som gjør at hiv/aidsvurderinger står på

dagsorden når nye prosjekter planlegges. Dette kan enklest sikres ved at det gjennomføres helsekonsekvensutredninger av alle nye tiltak bedriften går i gang med.

En helsekonsekvensutredning har som formål å kartlegge de positive og negative konsekvensene et gitt prosjekt eller utviklingstiltak kan få for folks helse. Hvor stor eller liten helsekonsekvensutredningen skal være, avhenger av prosjektets type og størrelse. Som en del av helsekonsekvensutredningen bør det utarbeides en plan som har til hensikt å maksimere de positive, og minimere de negative, helsekonsekvensene i prosjektets gjennomføringsfase. Selv om bedriften kan og bør bidra aktivt til utredningen, vil det ofte være nyttig med ekstern hjelp for å gjøre en helsekonsekvensutredning.

Helsekonsekvensutredning

Systematisk hivforebyggende arbeid gav gode resultater i forbindelse med byggingen av et vannkraftverk i Tanzania. Færre sexpartnere, økt kondombruk og lavere forekomst av seksuelt overførte infeksjoner ble fasiten i lokalsamfunnene rundt anlegget. Gledeligst av alt: antallet hivinfeksjoner økte langsommere enn i et sammenlignbart kontrollområde.

Det norske firmaet NORPLAN var hovedkonsulent for utbyggingen. Anleggsområdet lå avsides til, men i byggeperioden økte innbyggertallet i lokalsamfunnet med 85 % i løpet av noen få år. En så kraftig befolkningsvekst er alltid dramatisk. Den var imidlertid forutsett i helsekonsekvensutredningen som ble gjort i prosjektets planleggingsfase. På bakgrunn av denne ble det gjennomført et forebyggende helseprosjekt parallelt med utbyggingen. Prosjektet ble gjennomført i samarbeid mellom byggherren og de lokale helsemyndighetene, og det fikk økonomisk støtte fra NORAD. I tillegg til hiv/aids var det fokus også på flere andre helseforhold, blant annet malaria og miljøhelse.

Dette vannkraftprosjektet var langvarig og omfattende, men prinsippene som ble brukt for å utrede og forebygge negative helsekonsekvenser er like aktuelle i forbindelse med små og middels store næringsutviklingstiltak.



AIDS is a human rights issue. Access to HIV/AIDS treatment is key to realizing the fundamental human right to health.

Under international human rights law, states have an obligation to take positive legislative, budgetary and administrative measures that progressively advance the right to the highest attainable standard of health.

This commitment should be matched by resources, including from donors and the international community.

Mary Robinson
United Nations High Commissioner for
Human Rights



Foto: Ole Bernt Freshaug



Foto: Ole Bernt Frøshaug



Foto: Ole Bernt Frøshaug

HVORDAN UTFORME EN AIDSPOLITIKK

En aidspolitikk? En ting er å ha noen tiltak på arbeidsplassen, men en hel politikk?

Fordi hiv og aids er forbundet med så mange tabuer og så mye diskriminering, kan ansatte bli meget skeptiske dersom bedriftsledelsen plutselig begynner å snakke om tiltak mot aids.

Tenk deg at direktøren for Sinzaba Productions sier til de ansatte: ”Vi i ledelsen ønsker at alle ansatte skal testes for hiv. Det er selvsagt frivillig, men vi vet at hivtesting er et så viktig forebyggende virkemiddel at vi synes alle skal gjøre det. Dere skal få fri fra jobben for å ta testen, bedriften skal sørge transport til testesenteret, og de som kommer tilbake med kvittering på at de har blitt testet, skal belønnes med en bonus i form av en dags lønn ekstra utbetalt.”

Hvordan reagerer de ansatte? Noen sier: ”Dette er bra, han bryr seg om sine ansatte, og jeg har også hørt at det er viktig å bli testet.” Andre er mer usikre, og Peter får mye støtte når han sier: ”Dette tror jeg ikke på. Jeg tror han vil ha oss testet, og så vil han sparke dem som er hivpositive, så tror han at han har løst problemet. Dette kan vi ikke gå med på.”

Hiv er et sensitivt tema, og forslag som det ovenfor kan fort bli misforstått, selv om det er gitt i den beste hensikt. I et arbeid med en aidspolitikk vil bedriftens ledelse få mer kunnskap og bevissthet omkring hiv/aids og hvordan det bør håndteres. Det er i seg selv en nyttig prosess, og i tillegg kan den bidra til å styrke samarbeidet med de ansatte. I tillegg bør en aidsstrategi slå fast hvordan bedriften vil arbeide, og hvilke rettigheter og plikter både ansatte og ledelse har.

En aidspolitikk skal vise de ansatte og samfunnet rundt hva slags holdninger ledelsen har til hiv og aids. Den bør fortelle at man vil respektere rettighetene til de ansatte og ikke vil godta diskriminering av dem som er hivpositive. Den bør også fastslå at man heller ikke vil kreve å få vite hvem som er hivpositive, men at bedriften har til hensikt å få i gang tiltak som er til hjelp for de ansatte (og eventuelt deres familier).

Ved å lage en aidspolitikk må bedriften tenke igjennom en del spørsmål som det er nyttig å få avklart. Det kan handle om hva slags sykkeløns- og velferdsordninger

man skal ha overfor ansatte og deres familier, hva slags tiltak bedriften er villig til å sette i gang, og hvordan man vil samarbeide med de ansatte og eventuelt med organisasjoner og miljøer utenom bedriften.

Prosess og format

Det er ikke likegyldig hvordan man jobber med en aidspolitikk. En aidspolitikk kan ha ulike formater, det er til en viss grad et spørsmål om smak og behag, og hva som ellers passer den enkelte bedrift.

Å lage en aidspolitikk bør være en del av et større arbeid for å forstå hva hiv og aids innebærer for den enkelte og for bedriften. Det er også en del av en planprosess, hvor man diskuterer hva man konkret vil gjøre på arbeidsplassen.

Bedriften kan bestemme seg for å utarbeide en egen aidspolitikk, eller bare legge elementer om aids inn i andre dokumenter i bedriften. En aidspolitikk kan være en del av personalpolitikken, men den kan også være en del av bedriftens sosiale ansikt utad, en del av bedriftens "social corporate responsibility", hvor bedriften gjør rede for hvordan den ønsker å bidra i forhold til et betydelig samfunnsproblem. En egen aidspolitikk kan være et godt dokument for samlet å kunne presentere hva bedriften står for i forhold til aids.

En aidspolitikk kan ha to retninger:

Den interne retningen vil handle om tiltak i forhold til egne ansatte, og hvordan bedriften skal behandle ansatte som eventuelt er smittet.

Den eksterne retningen kan se på hvordan bedriften forholder seg til samfunnet rundt, og hvordan den vil bidra til å begrense omfanget av problemene knyttet til aids i samfunnet.

For en norsk bedrift med virksomhet i et annet land, vil den interne delen, i forhold til egne ansatte, igjen kunne deles i to; nemlig i forhold til lokalt ansatte og til norske (eller tredjelands) personell.

Dokumentet kan velge å beskrive en del overordnede prinsipper som bedriften vil holde seg til, eller det kan være en mer detaljert strategi som sier noe om hva slags tilnærminger bedriften vil bruke i arbeidet (jf. neste kapittel).

Om å utarbeide en aidspolitik

En aidspolitik må baseres på kunnskap innen flere områder. Man må vite noe om den generelle aidssituasjonen i det området bedriften opererer. Så trenger man kunnskap om hva som er den beste måten å jobbe med aids på (såkalte "best practices").

Noe av dette finner du i andre kapitler av denne ressurspakka. Videre må man se på sin egen situasjon i bedriften, både på det man har av ressurser og kompetanse, og på hva som er bedriftens posisjon og spesielle utfordringer.

Sentrale elementer

I forhold til ansatte:

Utgangspunkt: fastslå sentrale menneskerettigheter på området.

En helt sentral grunnholdning er å markere at man ikke godtar diskriminering og stigmatisering av personer som er hivsmittet. Dette er et fundament i alt aidsarbeid, og er en forutsetning for å fremme samarbeid om dette temaet.

Videre bør en aidspolicy slå fast at ingen skal tvinges til å ta hivstest, verken for å få eller beholde arbeid i bedriften.

Fordi mange ikke vil ønske full åpenhet om at de er hivsmittet, bør en policy også slå fast at ledelsen og helsetjenesten vil holde slike opplysninger om de ansatte strengt konfidensielt.

Kjønnsperspektiv: kvinner er ofte ekstra sårbare.

Det er viktig å prøve å sikre at ansatte ikke smittes gjennom arbeidet sitt. Et ømtåelig tema å ta opp er sex-press og eventuelt seksuelle overgrep på arbeidsplassen. Mange kvinner gir uttrykk for at de blir mer eller mindre presset til å ha sex av sjefen eller medarbeidere. Bedriften bør fremme en kultur som motarbeider sexpress og respekterer kvinnelige medarbeidere.

Spesielle tiltak

Man bør sikre ansatte mot å kunne komme i kontakt med andres blod, ved å ha førstehjelpsprosedyrer som er sikre for smitte via blod og sprøyter.

Bedriften kan også fastslå at den vil iverksette tiltak som gir ansatte informasjon og kunnskap om hiv/aids, samt støtte til dem som er smittet. Slike tiltak kan spesifiseres videre i en strategi, eller være gjenstand for utvikling i et samarbeid mellom ledelse og de ansatte. Tiltakene kan dels være generelle, eller tilpasset spesielle forhold på arbeidsplassen.

Kreative kondomer

En transportbedrift med mange landtransportsjåfører innser at deres ansatte tilhører en risikogruppe i forhold til hiv og aids, og drøfter tiltak som kan hjelpe de ansatte. Et av de enkle tiltak de setter i verk, er å legge en pakke med kondomer i bilen hver gang sjåførene skal ut på et nytt oppdrag og ha kondomer i lønningsposen. Slik blir sjåførene minnet på behovet for å beskytte seg og minnet på at bedriften er opptatt av at de ansatte skal være friske.

Slik går du fram

Det er viktig at ledelsen i bedriften har tilstrekkelig kunnskap om aids og om hvordan man generelt bør arbeide i forhold til epidemien. Ut fra slik kunnskap kan man så diskutere hvilke holdninger som skal gjenspeiles i en aidsstrategi. Et seminar eller en workshop kan bidra til å gi informasjon om den lokale aidssituasjonen og om hvordan man generelt bør jobbe med aids.

Ledelse og ansatte bør samarbeide både om hva som skal stå i en aidspolitikk og hvilke tiltak som skal iverksettes på arbeidsplassen. En drøfting av en aidspolitikk sammen med de ansatte, er i seg selv med på å sette fokus på problemet, og blir del av en bevisstgjøring og opplæring av de ansatte.

Nedenfor er et par eksempler på aidspolicy som er laget av så forskjellige organisasjoner som Norfund, Veidekke ASA og Norges Fotballforbund.

Eksempel: Norfunds hiv/aidspolicy

Den globale hiv/aidsepidemien utgjør en trussel mot utviklingen i mange land og kan få alvorlige følger for produktivitet og lønnsomhet i næringslivet på verdensbasis.

Som et investeringsfond med fokus på lønnsom næringsutvikling i utviklingsland, mener Norfund at hiv/aidsproblemer bør være en integrert del av ledelsens arbeid. Norfund ønsker å være en pådriver i både det forebyggende arbeidet mot hiv/aids

og i forhold til støtte- og omsorgstiltak på arbeidsplassene. Norfund vil støtte forretningspartnere med å utvikle egnede strategier for å forstå, vurdere og ta hensyn til de sosioøkonomiske konsekvensene av hiv/aids på deres sektor, organisasjon eller bransje.

Norfund forventer at partnerne tar hensyn til hiv/aids under planlegging og implementering av prosjekter og løpende drift.

Norfund forventer at partnerne ikke tillater noen form for policy eller praksis som diskriminerer individer på grunn av deres faktiske eller antatte hivstatus.

Norfund anbefaler sine partnere å starte opp og støtte programmer som gir ansatte informasjon og kunnskap om hiv/aids, og er villig til å bidra til slik opplæring.

Norfund anbefaler sine partnere å ta spesielt hensyn til kvinnelige ansatte i forhold til hiv/aids fordi kvinner er mer utsatte for hivsmitte enn menn av biologiske, sosio-kulturelle og økonomiske årsaker.

Norfund anbefaler partnerne å delta i lokale, nasjonale og internasjonale samarbeidstiltak i kampen mot hiv/aids.

Eksempel: Key principles for NOREMCO's workplace HIV/AIDS project

As a company and an employer, NOREMCO is dedicated to the prevention of occupational accidents and diseases, and to the promotion of health for all its employees.

Therefore, NOREMCO wishes to comply with relevant occupational health and safety legal requirements, and the company requires all its employees to hold occupational health and safety as a prime responsibility.

As a company focusing on high quality performance, NOREMCO wants to keep its workforce skilled and healthy. This is the main reason why the company now wishes to undertake a pilot project focusing on HIV/AIDS, malaria and occupational health and safety.

The health status of an individual is the result of a complex combination of inheritance, external environmental factors and personal choices. NOREMCO sees it as a professional responsibility to establish safe and healthy work environments. In addition, the company wants to promote individual choices that may

lead to a long and healthy life to the degree possible.

HIV/AIDS is now a common health problem in Tanzania, and NOREMCO wishes to contribute to the prevention of further spread of the epidemic and help to provide care and support for persons living with HIV.

As a company responding to the challenges of the HIV epidemic, NOREMCO wants to promote a situation where the workers and their family members have access to accurate and up to date information about HIV and how it spreads.

The company also wishes to be an active promoter of healthy behaviour, including healthy sexual behaviour, among the workforce. Female employees and dependants are of special concern since women often are more vulnerable to HIV infection than men due to biological, socio-cultural and economic reasons.

For both male and female employees, NOREMCO wants to facilitate the availability of condoms, and to promote early diagnosis and treatment of sexually transmitted diseases.

NOREMCO has adopted a policy of non-discrimination of workers on the basis of known or perceived HIV status. It respects the rules of confidentiality as set out in ILO's Code of Practice on the Protection of Workers' Personal Data. This means that the company will not ask applicants or workers to disclose HIV-related personal information, nor will co-workers be obliged to reveal such information about their fellow employees.

The company will however promote anonymous and voluntary HIV testing among its employees for their own information and benefit. Such voluntary testing will not take place in the workplace, but in appropriate, independent test centres.

HIV testing is not required from job applicants or persons employed by the company, and employment or retrenchment decisions will never be made on the basis of an individuals' perceived or real HIV status. When a worker with a HIV-related condition becomes ill, he has the same rights, and access to the same benefits, as any other employed worker with a long-term illness.

Eksempel: Aidsstrategi for Norges Fotballforbund

Norges Fotballforbund erkjenner at den globale aidsepidemien angår fotballens organisasjoner på alle nivåer.

De fleste som smittes av hiv er ungdommer, som også er den viktigste målgruppen for NFFs aktiviteter. NFF ønsker å bruke fotball aktivt som en metode for å begrense epidemiens utbredelse og skadevirkninger, og vil inkludere aidskomponenter i alt sitt internasjonale utviklingsarbeid.

- NFFs arbeid i forhold til aids har følgende hovedmålsetting: NFF vil bidra til at hivsmitte forebygges, og at de som er smittet får støtte og hjelp.
- NFF vil bruke fotballens arenaer til forebyggende arbeid i forhold til hiv, ved å sørge for at medlemmene får informasjon om hiv og aids.
- Informasjon om aids skal gis på en slik måte at det ikke bidrar til stigma og diskriminering av dem som er smittet.
- NFF vil arbeide for å fremme åpenhet og trygghet i forhold til hiv/aids blant sine medlemmer og støttespillere. NFF vil legge forholdene til rette for at medlemmer som er rammet av hiv blir akseptert og får tilgang på nødvendig støtte og omsorg.
- NFF vil arbeide for at fotballklubber blir trygge områder for ungdom. NFF vil ha nulltoleranse overfor seksuelle overgrep og seksuell utnyttelse. NFF vil arbeide for å fremme likeverd mellom menn og kvinner i organisasjonen og for at kvinner skal få lederposisjoner.
- NFF vil i sitt internasjonale engasjement bidra til økt oppmerksomhet i forhold til rusmisbruk og fattigdomsrelaterte problemer som gjør mennesker spesielt sårbare i forhold til hiv og aids.
- NFF vil samarbeide med partnere nasjonalt og internasjonalt for å arbeide med hiv og aids, både innen idretten og i samfunnet forøvrig.
- NFF ønsker å bruke det internasjonale idrettsnettverket og den posisjon idretten har, til å sette søkelys på hiv og aids.



Foto: Ole Bernt Frøshaug



Business can play a critical role, by providing a venue for HIV education, and by giving leadership within the wider community.

Increasingly, business leaders recognize that their responsibility and their interest - lie not only in how their actions affect their shareholders, but in their impact on the societies in which they operate, and on the planet as a whole. The spread of AIDS is partly a tragic by-product of globalization. At least we now see the beginnings of a global response.

Kofi Annan
UN Secretary-General



Foto: Ole Bernt Frøshaug

NORADS ROLLE

Hiv/aids

Næringslivsutvikling har et stort potensial for å bidra i kampen mot hiv/aids. Gjennom rutiner og opplæring på arbeidsplassen, markedsføring og innflytelse i nærmiljøet kan næringslivet ha stor innflytelse på hvordan folk forholder seg til epidemien.

NORAD har en støtteordning for hiv/aids-forebyggende tiltak for bedrifter som etablerer seg, eller som har et langsiktig engasjement, i utviklingsland.

Støtteordningen skal bidra til å forebygge og begrense epidemiens spredning og negative virkninger for samfunnet. Tilskudd kan gis til tiltak som følger opp nasjonale og internasjonale strategier, med spesiell vekt på å bedre kompetanse på området og på å styrke kvinners posisjon. Tiltak som det søkes om bør utarbeides i nært samarbeid med faglig ekspertise slik at tilnærming og gjennomføring blir så relevant og fokusert som mulig til den enkelte situasjon.

Tilskudd gis normalt til konkrete tiltak som utføres i regi av den enkelte søkerbedrift og kan benyttes til å utarbeide og gjennomføre arbeidsplass tiltak for å informere om og sette i gang tiltak som kan forebygge hiv/aids. Inkludert i støtten er tiltak som kan rette seg mot lokalsamfunnet – for eksempel i forbindelse med gjennomføring av større utbyggingsprosjekter.

Bedrifter skal normalt søke når det settes i gang et nytt tiltak. Søknaden sendes NORAD v/Avdeling for sivilt samfunn og næringsutvikling. NORAD kan dekke inntil 80% av kostnadene forbundet med tiltakene.



Foto: Trond Topstad





Alle foto: Per Kr. Lunden





Foto: Per Kr. Lunden



Foto: Morten Hvaal

Det er klart at aidsepidemien fortsatt befinner seg i en tidlig fase.
Vår kamp for å slå den tilbake er i en enda tidligere fase.

Peter Piot
Direktør i UNAIDS

GRUNNLEGGENDE FAKTA

Hva er hiv og aids?

Hiv er en forkortelse for humant immunsviktvirus. Mer enn 40 millioner mennesker i verden lever med hiv. Den største andelen (nærmere 30 millioner) bor i Afrika.

Hiv bryter ned kroppens immunforsvar, og gjør at man blir mer utsatt for ulike sykdommer.

Hiv kan finnes i blod, sæd, andre vevsvæsker og fuktigheten i skjeden. Viruset kan smitte ved samleie uten kondom, ved bruk av urene sprøyter og sprøytespisser, og fra mor til barn under svangerskap, fødsel og amming. Viruset kan også smitte i forbindelse med overføring av blod og blodprodukter, og ved transplantasjoner.

Rundt 80 prosent av hiv-infeksjonene oppstår som følge av seksuell smitte, og på verdensbasis er heteroseksuell smitte vanligst.

Hiv smitter aldri ved vanlig sosial omgang. Hvis du praktiserer sikrere sex, er risikoen for å bli smittet i forbindelse med sex også liten.

No way

Hiv smitter *ikke* gjennom alminnelig sosial kontakt som for eksempel:

- gjennom å håndhilse eller på annen måte ta på hverandre
- gjennom klemming og kyssing
- via toalettseter, bestikk, vann eller mat
- via insekter

Hiv angriper de hvite blodlegemene, som spiller en viktig rolle i kroppens immunforsvar. Når det blir færre hvite blodlegemer, blir kroppens evne til å kjempe mot infeksjoner og noen typer kreft redusert. Det tar mange år fra man blir smittet til immunforsvaret blir så svekket at man utvikler aids.

Hva er symptomene på hiv/aids?

84-85

I lange perioder kan infeksjonen være helt umerkelig, mens den i andre perioder kan gi symptomer og plager.

Akutt hivinfeksjon

Halvparten av dem som smittes med hiv får en influensaliknende sykdom 2-6 uker etter smittetidspunktet. De vanligste symptomene er feber, svelgsmerter og hovne lymfeknuter. Dette kalles akutt hiv-infeksjon.

Symptomfri hivinfeksjon

Deretter er de fleste uten symptomer i flere år. Noen får likevel forstørrede lymfekjertler flere steder i kroppen.

Symptomgivende hivinfeksjon

Senere, som regel etter mange år, kan den som lever med hiv gå ned i vekt og være plaget av feber, nattesvette, tretthet, forstørrede lymfeknuter, diaré, soppinfeksjon i munnen, helvetesild og økende plager med utbrudd av herpes. Hiv-infeksjonen er blitt symptomgivende.

Aids

Aids vil si at kroppens forsvarssystem har sviktet så mye at den som lever med hiv har lite motstand mot alvorlige infeksjoner og noen kreftsykdommer.

Hvem er mest utsatt for å bli smittet?

Globalt er heteroseksuell smitte den viktigste smittemåten, mens det i Norge har vært smitte mellom menn som har sex med menn og smitte gjennom deling av sprøyter som har vært dominerende. Imidlertid er stadig flere av de som er smittet i Norge, smittet heteroseksuelt, ikke minst etter opphold i utlandet.

Selv om de fleste smittes seksuelt, er ikke risikoen knyttet til seksuell smitte den samme i alle situasjoner.

Siden hiv må inn i blodet for å smitte, vil smitterisikoen øke dersom en av partene har sår eller rifter, eller slimhinnene er svekket. Mange seksuelt overførte infeksjoner kan føre til sår på kjønnsorganene, noe som øker risikoen for å bli smittet betraktelig.

Kvinner har større biologisk risiko for å bli smittet enn menn, og risikoen er enda større hos unge jenter som ikke er fullt utviklet.

Noen av de geografiske forskjellene man finner på antall smittede rundt i verden, kan til dels forklares med at det finnes flere varianter av hiv, og at noen av variantene synes å være mer aggressive og smittefarlige enn andre. Ikke overraskende ser det ut til at den varianten som dominerer i Afrika sør for Sahara er meget aggressiv og godt tilpasset heteroseksuell smitte.

Også sosiale og kulturelle forhold kan bidra til økt smitterisiko:

- I alle kulturer er det knyttet normer og oppfatninger til hvordan seksualiteten skal fungere. Hvis det er en utbredt oppfatning at en mann ikke er en virkelig mann dersom han ikke har mange seksualpartnere, eller dersom han ikke har sex flere ganger daglig, vil smitterisikoen øke, spesielt dersom denne mannen jobber på et anlegg og er borte fra sin ektefelle i lengre tid.
- I noen land inngår samleie i tradisjonelle ritualer. Et eksempel er at når en person er død, må gjenlevende ektefelle ha sex med en slektning av avdøde for å renses fra avdødes ånd. Slik praksis bidrar utvilsomt til å spre hiv.
- Enkelte steder finner man en tragisk tro på at jomfruer har spesiell makt, og at det å ha sex med en jomfru kan helbrede en person for hiv.
- Mangel på informasjon og kunnskap er sentralt i forhold til smitte. Folk kan ha hørt om aids, men har ikke tilstrekkelig forståelse for hva hiv er og hvordan viruset smitter. En typisk misforståelse er at en fysisk sterk person, eller en person som ser frisk ut, ikke kan være smittet. UNAIDS anslår at 90% av dem som er smittet ikke vet at de er det, og de er derfor ikke oppmerksomme på hvordan videre smitte kan unngås.
- Mange er også usikre på hvordan de kan beskytte seg. Kondomer er ikke alltid godt kjent, de kan være vanskelig å få fatt i, og folk er usikre på hvordan de skal brukes.

- Personer i noen yrker er mer utsatt for smitte enn andre. Yrker som innebærer mobilitet eller migrasjon er utsatt.

- Kvinner har i mange tilfeller mindre råderett over sitt seksualliv enn menn. I situasjoner hvor menn har en maktposisjon i forhold til kvinner, kan denne makten brukes til å bestemme over kvinnenens seksualliv, og tvinge kvinner til å ha sex i situasjoner hun ikke ønsker. Det er ofte umulig for en kvinne å foreslå at mannen skal bruke kondom. Dette er noe kvinner opplever både i forhold til samlivspartnere og i arbeidslivet. De kan kjenne seg tvunget til å ha sex med mannlige overordnede for å bli forfremmet eller få tilgang til andre goder.

I tidlige faser av epidemien så man at personer med en god utdanning og posisjon var mer utsatt enn andre for å få smitte, fordi disse hadde tilgang til mange seksualpartnere. Det å ha mange partnere er ofte sett på som et gode for folk i overordnede posisjoner. En bankdirektør i et afrikansk land sa allerede i 1990 at dersom hans mellomledere fortsatte å dø av aids i samme tempo som hittil, ville han ikke kunne drive banken om få år. Etter hvert har dette bildet endret seg. Folk med god utdanning er også de som lettest har tilgang til informasjon og kunnskap, og som dermed også lettest kan endre sin atferd. Epidemien har skiftet karakter i mange land, og de nysmittede er mer og mer fattige mennesker som ikke har tilgang på nødvendig kunnskap og muligheter for å endre atferd.

Hivtest

Det kan ta opp til tre måneder etter smitte før en hivtest blir positiv.

Dersom en person er redd for å ha blitt smittet av hiv, kan han/hun ta en hivtest.

Den mest brukte testemetoden går ut på å påvise antistoffer mot hiv i en blodprøve. Slike antistoffer dannes etter at viruset er kommet inn i blodet. Testen blir vanligvis positiv i løpet av 3-4 uker, men i enkelte tilfeller kan det ta lengre tid (opptil 3 måneder). For å være sikker på et negativt testresultat, må det derfor ha gått mer enn tre måneder fra det tidspunktet man mistenker at man ble smittet.

Det finnes noen typer hiv-tester som gir svar med en gang. Andre steder må blodprøven sendes til et laboratorium for analyse, og da tar det gjerne en uke eller mer før man har svaret på testen.

Hivtesting skal være frivillig, og for den som skal testes bør det være mulig å være anonym. Uansett skal alle opplysninger omkring en hivtest behandles konfidensielt. Det skal også tilbys rådgivning både før og etter at testen tas.

Å leve med hiv

For personer som lever med hiv er det viktig å holde seg i god form og passe på helsen, slik at kroppens immunforsvar kan holdes så sterkt som mulig.

Det er fornuftig å:

- Sørge for god ernæring og evt. kosttilskudd
- Mosjonere eller drive med idrett
- Leve ”positivt”
- Behandle alle sykdommer med en gang
- Eventuelt bruke spesielle medisiner

Hivpositives problemer

Mennesker som lever med hiv vil etter hvert merke at de lett kan få sykdommer, ikke minst infeksjonssykdommer. Når kroppens immunforsvar blir svakere, vil det også ta lenger tid å bli kvitt ulike sykdommer.

I tillegg til fysiske plagene, opplever personer som lever med hiv ofte også andre problemer. Mange blir utsatt for diskriminering og utestenging i sitt sosiale miljø, og kanskje også i sin familie. De fleste engster seg for fremtiden, både for egen del og på vegne av de andre i familien, spesielt barna. Mange får økonomiske problemer, fordi inntektene går ned - og på grunn av økte utgifter i forbindelse med sykdommen.

Tjenestereiser og utestasjonering

”Når man krysser grenser, er det lett å krysse grenser”, sier mange som har oppholdt seg i utlandet over lengre tid, enten de bor ute eller de er på tjenestereise. Det er lett å få mer eller mindre tilfeldige seksuelle kontakter når man er borte eller på reise, og alle kontaktene er kanskje ikke like gjennomtenkte.

For noen år siden slo en artikkel i Aftenposten fast at norske bistandsarbeidere, og da spesielt menn, måtte regnes som en risikogruppe i forhold til hivsmitte. Tallene fra smittevernmyndighetene bekreftet dette. Hvorfor er det slik?

Mange menn opplever at de ofte utsettes for åpenlyse seksuelle tilbud ute, som regel i langt sterkere grad enn de har opplevd hjemme. De er rike og attraktive, og i mange land mener kvinnene at hvite menn er gode ektemenn som man gjerne vil ha fatt i.

Kombiner dette med at man er mye ute, ofte på restauranter eller i barer. Man treffer mange, man vil slappe av og kose seg, og selv om man på forhånd ikke har planlagt det, kan man havne i seng med noen.

Eller man kjenner seg ensom og trist i et midlertidig hjem eller hotell i et fremmed land, og det er dessuten hyggelig å bli kjent med lokalbefolkningen. Kanskje forstår man heller ikke at man er i ferd med å bli sjekket opp før det er vanskelig å trekke seg.

Eller man vil gjerne ha med seg av de spennende opplevelsene i en fremmed kultur, og når kvinnene både er vakre, sensuelle og byr seg frem, så ”hvorfør ikke?”

Er så dette en arbeidsgivers ansvar? Skal bedriften leke kostskolebestyrer? Bedriftsledere flest liker ikke å preke seksualmoral til betrodd medarbeidere. Og det er nok heller ikke det bedriften skal. Samtidig bør bedriften som sender ut personell, forberede de ansatte på den virkeligheten som kommer til å møte dem, og få dem til å tenke igjennom hva som lett kan skje. Det er viktig for bedriften å forebygge at medarbeidere blir hivsmittet.

Hva bør så bedriften gjøre?

Bedriften bør ta temaet hiv/aids opp i forberedelsene for dem som skal ut, eller sikre at de aktuelle ansatte i bedriften har vært gjennom opplæring i forhold til aids. Den største risikoen for smitte er gjennom samleie, men det er også andre smitteveier. I fattige land kan blodoverføringer være mer risikable enn her hjemme, så det er viktig å forsøke å forebygge alvorlige ulykker som krever blodoverføringer. Fordi viruset kan smitte gjennom sprøyter, kan det være fornuftig at man har med seg egne sprøyter og sprøytespisser dersom man av en eller annen grunn skulle trenge en injeksjon.

Bedriften kan diskutere om alle som skal reise bør utstyres med en liten førstehjelpspakke. Hva den totalt sett skal inneholde, tar vi ikke opp her, men den bør inneholde plaster og kompresser, engangshansker, sprøyter og sprøytespisser.

I tillegg anbefaler vi at bedriften utstyres den som skal reise med kondomer. Man bør kanskje gi en liten lapp ved siden av, hvor man sier noe om at kondomene er et uttrykk for at man er opptatt av medarbeidernes helse, og vil at de skal være forberedt på alle slags eventualiteter. De er ikke ment som forslag til aktivitet. Dessuten vil det være nok av lokale medarbeidere og andre man treffer som gjerne tar i mot kondomene som en gave.

Bedriftene bør:

- Gi ansatte opplæring i forhold til hiv/aids og det å håndtere ”risikosituasjoner” ute.
- Utstyre de ansatte med en førstehjelpspakke som blant annet inneholder:
 - Plaster og kompresser
 - Engangshansker
 - Engangssprøyter
- Gi de ansatte kondomer før utreise



Foto: Ole Bernt Frøshaug



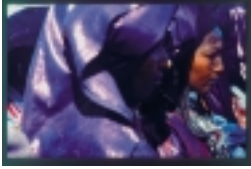
Foto: Morten Hvaal



92-93



Foto: Trond Topstad



Alle foto: Ole Bernt Frøshaug



Foto: Dominic Sansoni/Drik



Foto: Trond Topstad



Foto: Trygve Bälstad

Speaking openly about the epidemic is the first step to winning the fight against it. Silence is death. People need to know that they can be tested without shame; that if they are infected, they will be treated; that if they fall ill, they can live safe from discrimination.

Kofi Annan
UN Secretary-General



RESSURSER

Organisasjoner

NORAD – Direktoratet for utviklingssamarbeid
<http://www.norad.no>

UNAIDS – FNs aidsprogram
<http://www.unaids.org>

ILO - FNs særorganisasjon for arbeidslivet
<http://www.ilo.org/aids>

Global Business Coalition on HIV/AIDS
<http://www.businessfightsaids.org/>

Global Health Initiative
<http://www.weforum.org/globalhealth>

WHO – Verdens helseorganisasjon
http://www.who.int/HIV_AIDS/

Verdensbanken
<http://www.worldbank.org/aids>

Nyttige dokumenter

Utenriksdepartementet:

Hiv/aids og utvikling – Norges standpunkt

<http://odin.dep.no/ud/norsk/publ/veiledninger/032001-120005/index-dok000-b-n-a.html>

International Labor Organization:

ILO Code of Practice on HIV/AIDS and the World of Work.

<http://www.ilo.org/public/english/protection/trav/aids/code/codemain.htm>

International Organisation of Employers:

Employers Handbook on HIV/AIDS - A guide for Action.

http://www.ioe-emp.org/ioe_emp/pdf/HIV-AIDS.pdf

UNAIDS, Global Business Coalition on HIV/AIDS and The Prince of Wales Business Leaders Forum:

The business response to HIV/AIDS: Impact and lessons learned

<http://www.unaids.org/publications/documents/sectors/workplace/businessresponse2001.pdf>





Foto: Trond Topstad



Foto: Morten Hvaal

VANLIG BRUKTE FORKORTELSER

Nedenfor er en liste med oversikt over vanlige forkortelser som gjerne brukes i forhold til hiv og aids. De fleste forkortelsene er på engelsk, og de er også forklart på engelsk. Siden arbeidsspråket de fleste bruker ute er engelsk, kan dette være nyttig.

AIDS	Acquired Immunodeficiency Syndrome
ARV/ART	Antiretroviral (therapy)
GNP+	Global Network of People Living with HIV/AIDS
HAART	Highly active antiretroviral therapy
HBC	Home based care
HIV	Human Immunodeficiency Virus
ICW	International Community of Women Living with HIV/AIDS
IEC	Information, Education, Communication
ILO	International Labour Organisation
MOE	Ministry of Education
MOH	Ministry of Health
NACP	National AIDS Control Programme
NAS	National AIDS Secretariat
NGO	Non-governmental Organisation
PHC	Primary Health Care
PWA	Persons living with HIV/AIDS
PLWA	Persons living with HIV/AIDS
SOI	Seksuelt overført infeksjon
STI	Sexually Transmitted Infection
STD	Sexually Transmitted Disease

TB	Tuberculosis
UNAIDS	Joint United Nations Programme on HIV/AIDS
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation.
UNFPA	United Nations Population Fund
UNHCR	United Nations High Commissioner for Refugees
UNICEF	United Nations Children's Fund
VCT	Voluntary Counselling and Testing
WHO	World Health Organisation

