

Nye rammer for innovation i Region Hovedstaden

EN DEL AF

GREATER
CoPENHAGEN

Politisk efterspørgsel på innovation

Budgetaftalen:

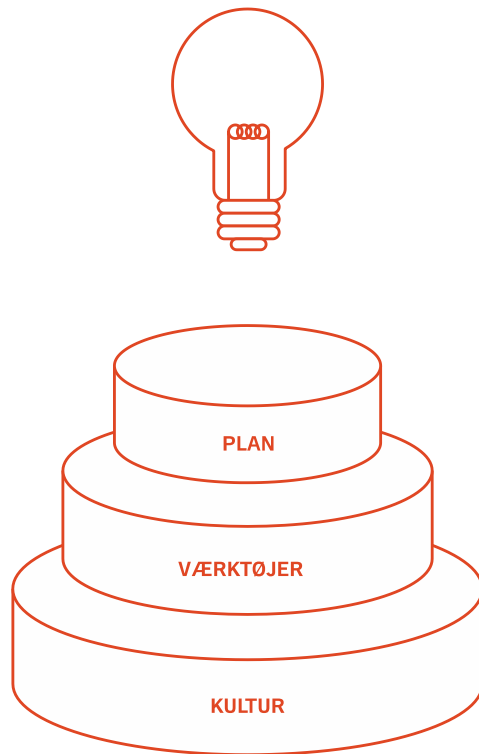
- Forligspartierne er enige om, at der er behov for at *styrke innovationen på tværs i Region Hovedstaden*, herunder *særligt den medarbejderdrevne innovation på det enkelte hospital og nyttiggørelse af gode ideer på tværs af hospitaler*. Derfor ønsker partierne et oplæg primo 2017 til, hvordan arbejdet med innovation kan forbedres, herunder hvordan *erfaringerne fra udviklingsprojektet "Ideriget"* på Rigshospitalet kan indgå.
- Vi er ambitiøse og ønsker et tæt samarbejde med både forskningsmiljøer og *private innovationstunge virksomheder om nye løsninger til vores hospitaler*, der både kan fremme den regionale vækst og være til gavn for vores patienter.
- På indkøbsområdet udarbejder administrationen i 1. halvår 2017 et oplæg til, hvordan regionen i et fremadrettet perspektiv skal tilrettelægge sit arbejde med *innovative indkøb og bæredygtige indkøb*, der understøtter vores ambitioner.

Politikernes rolle i et nyt innovationssetup

Et nyt innovationssetup kræver aktive regionspolitikere der:

- Efterspørger innovation – fx tematisk ift. patientbehov
- Prioriterer innovation – innovation er ikke gratis, men vil på sigt give bedre patientbehandling og/eller bedre sundhedsøkonomi i regionen
- Er villige til at tage risici – innovation er ofte forbundet med risici, så hvis vi vil mere innovation, skal vi være mere risikovillige
- Fremmer vilkårene for innovation i et nationalpolitisk sammenhæng – fx ift. sundhedsdata

Fokus på udvikling af fælles innovationssetup i 2017



Plan - en fælles innovationsmodel og en gennemsigtig ledelse af innovation

Der skal ydes den rette støtte og sikres opbakning til at udvikle og færdiggøre innovative ideer (klarhed om stop/go-beslutninger mv.).

Bedre støttefunktioner og værktøjer for innovation Regionen skal sikre et bedre og mere sammenhængende servicetilbud til innovationsprojekter og servicetilbuddet skal gøres synligt for alle medarbejdere.

Udvikling af én fælles innovationskultur

Vi skal blive bedre til at tale sammen om innovation, tænke innovation og belønne dem, der går foran - bl.a. via fast afholdelse af idékonkurrencer.

Centrale drivkræfter for indsatsen

En tro på

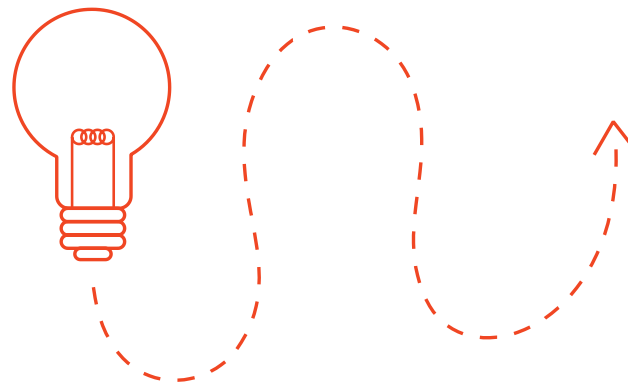


At det er den patientnære idé der skal fremmes



At det skal være nemmere at være innovationsaktør i Region H

Plan



Udfordringer i dag

Manglende prioritering og beslutningskraft af innovation i den øverste ledelse.

Uklare roller ift. beslutninger på tværs og centralt/decentralt, herunder manglende sammenhæng i årshjul for beslutninger vedrørende innovation mv.

Medarbejderne ved ikke, hvordan innovationsideer understøttes i Regionen.

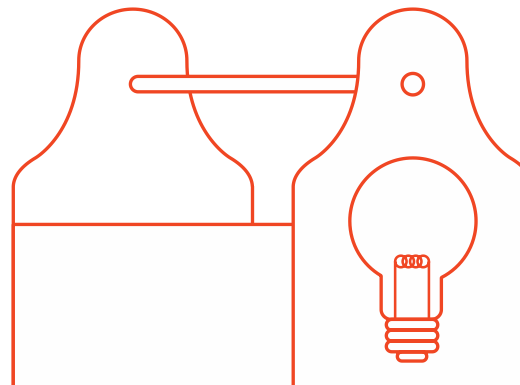
Målbillede

Mere engageret ledelse, som understøtter og prioriterer innovation som en del af driften.

Gennemsigtighed i krav til innovationsprojekter centralt/decentralt samt ledelsens prioriteringer, herunder ensretning af årshjul og afklaring af roller.

Overblik over vejene fra idé, til implementering og skalering inkl. beslutningsgange mv.

Støttefunktioner og værktøjer



Udfordringer i dag

Ingen centrale steder der opsamler ideer, udstiller ideer mv.

Manglende overblik over støttefunktioner for innovationsaktører.

Manglende ensartet behandling af eksterne og interne innovationsaktører.

Målbillede

Mere videndeling om innovation (fx via videnbørs og innovationsnetværk).

Bedre samarbejde på tværs af koncerntre og hospitaler om sammenhæng i støtten til innovation.

En kendt kontaktflade på innovationsområdet skal synliggøre aktørerne.

Kultur



Udfordringer i dag

Der eksisterer i dag ikke et fælles sprog for innovation

Ingen kendte karriereveje eller incitament for den innovative medarbejdere

Bedre innovative ideer kræver flere med konkrete innovative kompetencer

Målbillede

Innovation skal tydeliggøres begrebsmæssigt og via cases, så der skabes et fælles sprog centralt og lokalt for innovation

Via strategisk uddannelse af medarbejdere løftes innovationskapaciteten i klinikken.

Klare incitament for at være innovationsaktør – fx via konkurrencer.

Idékongkurrenre skal fremme innovation

- Der efterspørges idéer, der skaber bedre patientbehandling/borgerforløb

Formål

- styrke innovationskulturen i regionen
- støtte medarbejderdrevne innovation
- fremme og inspirere til innovative tiltag gennem motivation og anerkendelse
- skalere gode løsninger og sprede dem

Målgruppe

- Alle hospitaler/virksomheder/centre har fået tilbuddet.
- Sygeplejersker, læger, portører, administration, personale i service- og teknikafdelinger etc.

Processen for medarbejdernes idéer

- Screenes lokalt hvoraf de bedste idéer går videre til et fælles konkretiseringsforløb
- Idéerne fra konkretiseringsforløbet præsenteres for et innovationspanel
- Innovationspanelet udvælger de tre bedste idéer
- De tre bedste idéer vinder: 6 mdr. frikøb til at arbejde med idéen, støtte til processen samt evt. midler til indkøb af prototype

Hvad vil vi opnå?

Output

Klar og kendt styring og prioritering af innovation
Bedre støttefunktioner
Stærkere innovationskultur
Bedre kobling og synergieffekter til eksterne parter (virksomheder, klynger, organisationer mv.)

Resultater

Inddragelse af flere medarbejdere i innovativ tænkning
Flere innovative projekter vurderes og sættes i gang
Flere gode ideer implementeres og skaleres

Udbytte

Bedre patientbehandling
Bedre økonomi i sundhedsvæsenet
Vækst – nye produkter, nye markeder mv. til regionale virksomheder



Hvordan gør vi det?

Vi fortsætter arbejdet fra 2016, hvor kortlægninger af barrierer og muligheder for innovation var i fokus samt opstart på dialog med centrale parter.

Vi investerer proportionelt med den store opgave vi står overfor
13 årsværk, 3 mio. kr., 2 år til strategisk indsats herefter 1 år til implementering og udbredelse (forventet i drift efter 2018).

Vi arbejder tæt sammen på tværs af koncerncentre og hospitaler
Bred styregruppe, bred deltagelse i arbejdsgrupper (alle koncerncentre med) og plan om pilottestafdelinger på hospitalerne.

Vi lægger mange kræfter i kommunikationsarbejdet
Både kommunikation om strategien og de færdige produkter er helt centralt for at indsatsen lykkes.