



Thuis in het Verpleeghuis
Waardigheid en trots op elke locatie

BrabantZorg toetst technologie met innovatiefilter



‘Innovatie en technologie zijn geen doelen op zich. Het zijn hulpmiddelen om tot waardecreatie te komen.’ Zo verwoordt projectleider Stephanie Lowiessen het standpunt van BrabantZorg. Dan is het mooi als je van tevoren al kunt bepalen of waardecreatie zal ontstaan. Samen met studenten van Avans Hogeschool ontwikkelde BrabantZorg een innovatiefilter. Een overzichtelijke methode, die in vier stappen helder maakt of technologie meerwaarde heeft én haalbaar is.

Innovatieprogramma

BrabantZorg biedt intra- en extramurale ouderenzorg in de regio’s Oss, Uden, Veghel, ‘s-Hertogenbosch en Bommelerwaard. Ongeveer 3.000 fte medewerkers geven dagelijks zorg aan circa 4.800 cliënten. Eind 2014 werd Stephanie Lowiessen gevraagd zorgtechnologie in de organisatie te brengen. ‘We zijn bij nul begonnen. Want we hadden geen visie op zorgtechnologie en wisten niet exact welke technologie al binnen de organisatie aanwezig was, of waar technologie werd ingezet. Want dat bepaalde elk van de 32 locaties zelf.’ Omdat Stephanie van mening is dat zorgtechnologie onderdeel moet zijn van een strategisch plan, zette ze het innovatieprogramma zorgtechnologie op, met verschillende pijlers:

- Een visie op zorgtechnologie ontwikkelen.

- De bestaande zorgtechnologie binnen en buiten de organisatie en het klantinzicht in technologie inventariseren.
- Een methode uitdenken om gefundeerde keuzes te kunnen maken.
- De organisatie zo inrichten dat medewerkers ook daadwerkelijk met de uitgewerkte ideeën aan de slag kunnen. Daarvoor is bijvoorbeeld een multidisciplinair team opgericht dat zich bezighoudt met zorgtechnologie.
- Een implementatietraject opzetten.
- Een borgingstraject opzetten (plan-do-check-act-cyclus).

Meerwaarde

‘De pijlers kunnen niet los van elkaar worden gezien’, legt Stephanie uit. ‘In onze visie staat bijvoorbeeld dat de inzet van technologie vooral pull-gedreven moet zijn, dus voortkomend uit de vraag van een klant. Bovendien moet de technologie een meerwaarde hebben voor klant, medewerker of organisatie, met de nadruk op de klant. Het innovatiefilter – want dat is de methode die wij hebben ontwikkeld – helpt vervolgens om uit het overweldigende aanbod zorgtechnologie de beste keuze te maken.’ Het filter bestaat uit 4 stappen. Na elke stap kan BrabantZorg besluiten wel of niet door te gaan met de innovatie. De organisatie ontwikkelde het innovatiefilter samen met studenten van Avans Hogeschool.

De 4 stappen van het innovatiefilter

1. Toegevoegde waarde

De eerste stap richt zich op de toegevoegde waarde voor klant, medewerker en organisatie. En brengt in kaart of de technologie de eigen regie van de klant stimuleert of verbetert. Een derdejaarsstudent Mens en Techniek werkte deze stap uit, inclusief meet- en ijkpunten. Stephanie: ‘Als blijkt dat het product meerwaarde heeft voor klant, medewerker én organisatie, gaat het door naar stap 2. Is er alleen meerwaarde voor de klant? Ook dan gaat het product door. In alle andere gevallen vragen we ons eerst bewust af waarom we verder zouden willen met het product. Bijvoorbeeld omdat het financiële voordelen voor de organisatie heeft.’

2. Impactanalyse

Een shortlist voorafgaand aan de businesscase om te screenen wat het product kost en wat het oplevert.

3. Businesscase of ‘proof of concept’

De businesscase is het afstudeerproject van een student Mens en Techniek. Bijzonder is dat de businesscase zowel de harde als de zachte opbrengsten meeneemt. Stephanie: ‘Producten met een sluitende businesscase gaan door naar stap 4. Dat betekent niet dat producten uitstromen als de businesscase negatief is. Als de meerwaarde voor de klant groot is of als de businesscase op termijn wel sluitend is, beslist het bestuur. Zachte baten kunnen bijvoorbeeld doorslaggevend zijn omdat ze passen bij de zorgvisie: zo lang mogelijk thuis wonen en in regie zijn. Ook maatschappelijke baten doen ertoe. Komen die baten bijvoorbeeld bij gemeenten terecht, dan gaan we het gesprek aan.’

4. Pilot

Een product dat de drie eerste stappen succesvol heeft doorlopen, wordt getest. Ook hiervoor bedacht BrabantZorg verschillende criteria. Dus: hoe ziet een pilot eruit, wanneer is een pilot geslaagd en wanneer niet.

Het innovatiefilter van BrabantZorg volgens In voor zorg-coach Angelique Noordeloos:

Het innovatiefilter is een prachtig bewustwordingsmiddel. De methode biedt een organisatie de mogelijkheid om van tevoren te beslissen of een innovatie zinvol is of niet. Het innovatiefilter vergelijkt producten. En maakt concreet wat de voor- en nadelen zijn. Bijvoorbeeld dat het ene product duurder is door veel extra's. Extra's die je misschien helemaal niet nodig hebt.

Zorgorganisaties innoveren vaak met subsidies. Dat is niet verkeerd, mits ze er niet afhankelijk van zijn. De innovatie moet ook kunnen doorgaan als de subsidie stopt. De businesscase van het filter houdt daar rekening mee. Dankzij de sterke projectleider en de sterke beleidsmedewerker vordert het project goed. Beiden onderhouden goede relaties binnen de organisatie en beiden zijn van begin tot eind bij het project betrokken. Met andere woorden: voor een goede voortgang is de interne borging van een project belangrijk. De kracht van dit project zit ook in 'het stapje terug' in het begin. Er is eerst een visie op technologie geschreven. Deze visie vormt de basis.

Afstudeerproject

Stap 3 – de businesscase – is het afstudeerproject van student Ronald Wevers. 'Het is opvallend dat een businesscase gemeengoed is in de economische wereld, maar niet in de zorg. Ik heb verschillende vormen van businesscases gecombineerd en vervolgens gekeken wat er specifiek voor de zorg nog ontbrak. Subsidies bijvoorbeeld, zijn een typisch kenmerk van zorginnovaties.' Dit resulteerde in ongeveer 10 stappen die samen een businesscase zorg maken. Zoals een helder doel formuleren, het liefst in een oneliner. 'Daar begint een businesscase mee. Want als mensen verschillende doelen hebben, bijvoorbeeld kosten besparen én een tevreden klant, kun je geen sluitende businesscase maken.'

Doelgroep

Minstens zo belangrijk is de aansluiting bij de strategie van de organisatie, aldus Ronald. En het verzamelen van feiten. 'Daarmee bedoel ik feiten over het product en over de doelgroep. Hoe groot is de doelgroep? Gaat de doelgroep groeien of afnemen? Als blijkt dat de doelgroep binnen enkele jaren niet meer bestaat, is de innovatie niet zinvol. Maar als het product zelfstandig wonende ouderen ondersteunt, is het juist interessant.' Verder kijkt de businesscase naar de randvoorwaarden van de innovatie – zoals wifi – en de privacywetgeving.

Analyses

Hierna komt de productvergelijking. 'Dat is eigenlijk een marktonderzoek', legt Ronald uit. 'Je zoekt uit wat het beste product voor de beste prijs is. Vergelijkbaar met wanneer je zelf een grote aankoop doet. Eventuele alternatieven moeten uiteraard voldoen aan de meerwaarde zoals in stap 1 van het innovatiefilter

geformuleerd.’ Dan volgen nog een besparingsanalyse (wat levert het product op ten opzichte van de oude situatie), een tijdschaal (hoeveel tijd kost de borging binnen de organisatie), een risicoanalyse (wat gebeurt er als het product niet werkt) en een investeringsanalyse (hoe financieren we het product). ‘Op basis van al deze stappen stellen we een advies op, met daarin 1 beste product.’

Adaptievermogen

Op dit moment werkt BrabantZorg overigens nog aan een vijfde stap van het innovatiefilter: het adaptievermogen van zowel cliënt als medewerker. Stephanie: ‘Dat staat voor het vermogen van cliënt en medewerker om de techniek te gebruiken. Een technologie kan nog zo mooi zijn, maar als cliënten en medewerkers het product niet omarmen, hebben we er niets aan.’ Ook hiervoor werkt BrabantZorg weer samen, ditmaal met masterstudenten en onderzoekers.

Leefcirkels

Producten die alle stappen van het filter met een plusje hebben afgerond, neemt BrabantZorg op in de productencatalogus. Stephanie legt uit dat de organisatie nu eerst alle technologie die al in de organisatie aanwezig is toetst. Inmiddels zijn 3 producten getoetst, 2 met goed gevolg, waaronder de leefcirkels. ‘Leefcirkels staan voor technologie die per bewoner instelt hoeveel bewegingsvrijheid hij heeft. Dus in plaats van alle deuren voor alle bewoners met dementie altijd dicht te houden, geven de leefcirkels een oplossing op maat. Bijstelling kan in theorie zelfs per dag. Het filter toonde aan dat de leefcirkels dusdanig veel meerwaarde hebben voor onze klanten dat elke locatie met bewoners met deze ondersteuningsvraag hierin gefaciliteerd kan worden.’

Implementatietraject

Stephanie waarschuwt dat het innovatiefilter nog maar het begin is van de echte borging in de organisatie. ‘Weten dat een innovatie of technologie meerwaarde heeft en haalbaar is, is een goed begin. De volgende stap is mensen meenemen, enthousiasmeren, opleiden. Daarvoor is het implementatietraject, dat na het innovatiefilter komt.’ En het daaropvolgende evaluatie- of borgingstraject onderzoekt of het product brengt wat de organisatie verwachtte. En bij al deze stappen moet de organisatie in gedachte houden dat innovatie en technologie geen doelen op zich zijn, besluit Stephanie. ‘Het zijn hulpmiddelen om tot waardecreatie te komen.’

Interview door Ingrid Brons

Meer weten

- BrabantZorg is deelnemer aan het programma Waardigheid en trots. Bekijk [het verbeterplan op de deelnemerspagina](#)
- Bekijk ook [de website van BrabantZorg](#)

tags:

[BrabantZorg](#) (16), [Opleiden](#) (84), [Technologie](#) (107)

thema's:

[Gebruik van hulpbronnen](#) (176), [Technologie](#) (169)