



**Schick Medical hat sich mit der Entwicklung neuer Behandlungsmethoden im medizinischen und kosmetischen Bereich erfolgreich auf dem internationalen Markt positioniert.**

# Gesundheit ist Trend

**Die enge Verzahnung sämtlicher Bereiche eines Hauses gelingt vor allem dann, wenn die Unternehmensführung als gutes Beispiel vorangeht. Bei der Schick Medical GmbH ist das Top-Management Vorbild für Fortbildungswillen und Teamgeist. Ein konsequentes, von der Firmenspitze gezielt unterstütztes Marketing stellt sicher, dass die Kundenwünsche über die Entwicklung innovativer ganzheitlicher Produkte für Menschen bestimmen, denen Gesundheit und Wohlbefinden wichtig sind.**

Die Gesundheitsexperten setzen auf ein aufwendiges, breit gefächertes Innovationsmarketing, das neuen Produkten den Weg auf den Markt für alternative Behandlungsmethoden für die Haut, in der Schmerztherapie und im Anti-Aging bahnt. Jeder Neuentwicklung geht eine institutionelle Marktforschung mit klar definierten Zielgruppen, Forenanalysen, Testvermarktungen gemeinsam mit Partnerfirmen und mit einem Beta-Test voraus. Zu den Instrumenten zählen dabei Verbraucher-, Kunden-, Fach- und Zielgruppenbefragungen mittels Interviews. So lassen sich die Wünsche der Zielgruppen klar definieren und die Marktbedürfnisse ergründen. Regelmäßige Kunden- und Zielgruppenworkshops unterstützen die weitere Entwicklung von Innovationen. Das Marketing ist bei Schick Medical eine Gemeinschaftsaufgabe, an der alle jeweils relevanten Mitarbeiter und zudem auch externe Berater beteiligt sind. Die Marketingmethoden werden ständig überprüft und neuen Erkenntnissen angepasst.

Die Geschäftsführung ist ein wichtiger Motor für die Innovationsprozesse im Haus.



**Geschäftsführer Helmut Schick:**

**„Wir sind voll in der Spur – dank unserer Innovationskraft laufen wir mit dem aktuellen Megatrend ‘Gesundheit’ im Gleichschritt.“**

Sie ist in alle Neuerungsprozesse eingebunden und geht auch bei der Weiterbildung mit gutem Beispiel voran: Genau wie alle anderen belegt sie durchschnittlich 20 Fortbildungstage im Jahr. Obligatorisch sind mindestens zwei fachspezifische Weiterbildungen, die sich jeder selbst aussuchen darf. Dazu kommen verschiedene Aktivitäten zur Steigerung der Teamfähigkeit wie etwa der Besuch eines Hochseilparks oder ein Hüttenwochenende – Aktivitäten also, die das Gemeinschaftsgefühl stärken.

Das Top-Management ist als Impulsgeber aktiv am Innovationsprozess beteiligt: Es veranstaltet wöchentlich Besprechungen, bei denen auch kontrolliert wird, ob die vereinbarten Ziele erreicht wurden. Außerdem stellt die Geschäftsleitung Kontakt zu externen strategischen Beratern her, schafft Freiraum für Marktanalysen und Marktforschung und initiiert eine monatliche Kreativsitzung. Dort können alle Mitarbeiter, unabhängig von ihrer Position im Betrieb, und auch externe Berater Ideen einbringen. Ganzheitlicher kann ein auf (seine) Gesundheit bedachtes Unternehmen kaum vorgehen.