

# curaden

# the spirit<sup>2</sup>



Service



Luxus

Wissen





# the spirit<sup>2</sup>

Wir von CURADEN haben uns einem Spirit verschrieben, der uns täglich antreibt. Mit höchstem persönlichen Einsatz beweisen wir, dass wir nicht nur die besten Kunden und die besten Produkte besitzen, sondern auch über die besten Mitarbeiter der Dental-Branche verfügen. So bieten wir unserer Kundschaft eine partnerschaftliche Lösung: Eine Win-Win-Strategie schafft dabei die Basis für wirtschaftlichen Erfolg.

Gleichzeitig blicken wir in die Zukunft: Die stete Antizipation der Marktveränderungen ist für uns eine Voraussetzung für diese Zusammenarbeit. Wie der Zahn der Zukunft dank eines implantierten Sensors «denken» kann und seinen Besitzer zum Zähneputzen oder Zahnarztbesuch animiert, so denken wir stets voraus und fühlen unserer Branche konstant auf den Zahn. Dieses Herzblut der CURADEN-Mitarbeiter ist unser Spirit.

Adam had Eve  
Batman had Robin  
Bonnie had Clyde



**Jeder Held hat einen Helfer.**

Unsere Zahnbürste, klar, was für ein Held! Doch was ist mit den 30% der Zahnfläche, an die auch diese Zahnbürste gar nicht gelangen kann – zwischen die Zähne? Da betritt der Helfer des Helden die Bühne, und das ist die ultrafeine Zwischenzahnbürste von Curaprox. Die ist einfacher, angenehmer und erst noch wirksamer als Zahnseide. Also, für eine 100%-ige Mundpflege: Wählen Sie jetzt Ihr Superduo auf [www.curaprox.com](http://www.curaprox.com)

 SWISS PREMIUM ORAL CARE

**CURAPROX**

**MIND THE GAP!**

# the spirit<sup>2</sup>

Liebe Dental-Profis



Willkommen in der CURADEN-Welt! Tauchen Sie ein in unser Business, lernen Sie Entscheidungsträger unseres Unternehmens sowie Geschäftspartner kennen, erfahren Sie Neues über unseren Spirit.



Lesen Sie, was CEO Michael Fluri zu berichten hat: Er setzt auf Wissen, Kundennähe und rasche Umsetzung. Bestes IT-Know-how und Angebote von integrierten Lösungen seines Solution-Teams sind eines unserer vielen USPs. (Seite 22ff.)



Schauen Sie mit unserem Geschäftspartner Rolf Kufus in die dentale Zukunft: Dem Zahnarzt ist Prophylaxe das Ein und Alles – er will mehr als nur Bohren und Füllen. (Seite 32ff.)



Und erfahren Sie, wie es Erik Vidal in Brasilien ergeht: Der CURAPROX-Länderverantwortliche trotzt mit Qualitätsprodukten der Wirtschaftsbaisse in Südamerika und legt erstaunliche Wachstumszahlen hin. (Seite 46ff.)

Sie werden sehen, wir von CURADEN leben nicht nur unseren eigenen Spirit, wir leben auch in einer exklusiven und einzigartigen Dentalwelt.



Und an dieser CURADEN-Welt bauen wir auch in Zukunft. Mit neuen Geschäften. Mit neuen Ideen. Und mit noch mehr Spirit.

Herzlich, Ihr Ueli Breitschmid,  
Inhaber der CURADEN Gruppe





Viele Dentalfirmen kommen aufgrund der harten Marktlage auf dem Zahnfleisch daher. Besseren Biss beweist CURADEN AG, das Familienunternehmen von Ueli Breitschmid: Dank weltweiter Expansionsstrategie behauptet es sich gegen die Konkurrenz. Und legt weiterhin einen Zahn zu. Rezepte dazu hat **Richard Ström**, seit Sommer 2013 neuer Marketing- und Verkaufs-Direktor von CURAPROX und swiss smile.

## Der Dental-Missionar



## «Wohin führt der Weg? Was kommt auf uns zu? Ziel ist es, nicht überrascht zu werden.»

«Meine Welt ist klein», sagt Richard Ström. Das ist ein scheinbar kleiner, unbedeutender Satz des grossen schlanken Mannes – doch es ist ein entscheidender Satz eines erfahrenen Managers, der in der ganzen Welt zu Hause ist. 150 Tage im Jahr übernachtet der 66-Jährige auswärts, deshalb will er bei seinen exotischen Businessstrips zwischen Tokyo, Moskau und Buenos Aires jeweils nicht noch ein paar Ferientage zur Erkundung der Metropolen und zur persönlichen Erbauung anhängen, wie es jungdynamische Businessmänner gerne zu tun pflegen. Nein, nach seinen Geschäftsreisen will Richard Ström lieber schnell wieder zurück zu Frau und Familie nach Meggen, wo er seit 26 Jahren das Nachbarhaus von seinem Vorgesetzten und CURADEN-Chef Ueli Breitschmid bewohnt. Wenn schon, denn schon will er seine verdienten Ferien jeweils zur Sommers- und Weihnachtszeit lieber an einem kleinen See südlich seiner Heimat, dem schwedischen Linköping, geniessen. «Hier finde ich Ruhe, zwei Boote liegen am Wasser und locken zur Ausfahrt», sagt er, als er Fotos auf seinem Handy zeigt.

### Pionier im Sportmarketing

Der Mann ist die Ruhe selbst, sein Pensioniertenalter sieht man ihm nicht an. Er spricht leidenschaftlich über die schönen Seiten der Welt, und zu denen zählen nicht nur Reisen, sondern sein Leben lang auch regelmässige Bewegung. Ström war geprägt von Sport. Mitte der 70er Jahre gründete er als Student bereits seine erste Marketingfirma, er nannte sie sec Sport Advertising. Er war ein Pionier der heutigen Sportvermarkter wie IMG (lange Jahre Vertreter für Roger Federer und Co.) oder der in Luzern ansässigen Firma TEAM-Marketing, die für die Champions League und die Fussballwelt Milliarden scheffelt. «Ich wollte damals schon Werbung auf Trikots bringen, aber das war im Profisport noch verboten», erzählt Ström. Einzig bei den Radprofis war das erlaubt. Bei Letzteren, weil der Sport dermassen teuer war und sich die Verbände so Zuschüsse für ihre geplagten Sportler sicherten.

Also hakte Richard Ström in der Velobranche ein, verkaufte Leibchenwerbung und organisierte Rennen. Bis ihn Freunde fragten: «Weshalb kannst du nicht gute Rennräder nach Schweden importieren?» Gefragt – getan. Richard Ström kam zum italienischen Fahrradhersteller Bianchi, mit dem er heute noch zusammen arbeitet. Der Diplom-Kaufmann betrieb alle möglichen Sportarten wie Skifahren, Golf, Tennis, Handball, Basketball und Squash, bis ihm in den letzten Jahren Bandscheibenprobleme einen Strich durch seine Freizeit- und Sportrechnung machten. Aber nicht durch seinen Businessplan, und schon gar nicht durch seine Karriere.

### Von Luzern aus in die Welt

Seit 1978 lebt Richard Ström am Vierwaldstättersee, weil damals seine Frau Ewa mit einer internationalen Sprachschule ihre Offices in Luzern aufschlug. Er konnte auch von hier aus die Welt für Bianchi-Velos bereisen, seine Heimat Linköping war ja nicht der Nabel der Welt. Wobei: «Ich fühle mich als Weltbürger, mein Herz schlägt für Schweden – und mir ist sehr wohl in der Schweiz», sagt er. Vor einem Jahr nahm er ein Angebot von Ueli Breitschmid an, die globale Strategie von CURAPROX und swiss smile zu forcieren. Die Fragen, die den Schweden beschäftigen: «Wohin führt der Weg? Was kommt auf uns zu? Ziel ist es, nicht überrascht zu werden.» Seine Erfahrung kommt ihm da zugute.

Richard Ström tickt ganz anders als die strikten Kostenreiter, die gerne das Lehrbuch der Betriebswirtschaft herunterbeten: preiswert einkaufen, teuer verkaufen, Kosten minimieren. Nein, Ström will Qualität fördern, sich für das Gute und nicht für das Billige einsetzen.

### Arbeit ist der grösste Spass

Aber vorab: Will er denn mit seinen bald 70 Jahren nicht lieber wieder Golf spielen, anstatt neu auch noch für Ueli Breitschmid die Welt zu erobern? Golf, diesen relaxten Sport, dem er als Student doch so gerne frönte? Ström schüttelt energisch den Kopf: «Nein, weil meine Arbeit macht mir am meisten Spass von allem. Ich bringe die Menschen in den neuen Märkten gerne auf den richtigen Weg; zur nachhaltigen Zahnprophylaxe mit den dazu idealen CURAPROX- und swiss-smile-Produkten.» Ström ist der Dental-Missionar. Er kann gut reden und auch überzeugen. Man hört ihm gerne zu, wenn er zu erzählen anfängt und von den schlechten Zähnen der Asiaten schwärmt: «Das ist ein Riesenmarkt für uns!»

### Ström steht unter Strom

Beispiel gefällig? «Es gibt viel zu tun, gerade in Japan, einem der grössten Märkte der Welt. Mit Shiseido hat das Land zwar einen der weltgrössten Kosmetikhersteller – die Japaner legen grossen Wert auf Äusserlichkeiten: Mode und Make-up. Aber in ihren Mündern sieht es oft ganz übel aus.» Ström steht unter Strom, tanzt auf verschiedenen Hochzeiten, sagt Sätze wie: «Vorerst soll CURAPROX besser nur in 40 bis 50 Ländern gut aufgestellt sein, als in 70 oder mehr dabei sein.» Er muss es wissen, war und ist er doch immer noch auch für die Luxusvelo-Firma Bianchi auf Welttour. Und was macht es da für einen Unterschied, ob er neu auch noch Zahnbürsten an die Kundschaft bringt? Respektive eine neue Kundschaft für die CURAPROX-Produkte gewinnt? «Da gibt es keinen Unterschied!» Der Missionar muss es wissen.





Apotheke

Sind Sie die Kilos satt?

# Shop-in-Shop mit Ecken und Kanten

Einst war die unscheinbare und kleine Apotheke von Dr. Andres am Zürcher Stadelhofen die «bestgetarnte der ganzen Stadt». Bis sich Inhaber **Rudolf Andres** entschied, mit spektakulären Schaufenstern auf sein Angebot aufmerksam zu machen. Um so die «Boutique» seines Vaters sukzessive zu vergrössern und immer mehr Kunden in die Apotheke zu locken. Die sogar das «Waschpulver für die Leber» kaufen wollten ...

Jeder, der an der Apotheke Dr. Andres regelmässig vorbeiläuft, ist schon vor den Schaufenstern stehen geblieben. Hat gestutzt, wenn beispielsweise sechs Sauerstoffflaschen unter dem Slogan «Damit sich ihre Gedächtnisprobleme in Luft auflösen» standen, um auf ein natürliches Ginkgo-Produkt hinzuweisen. Oder hat Kunden erlebt, die das Dekomaterial statt das beworbene Produkt kaufen wollten, weshalb temporär schwarze Herrenhemden (Schuppenshampoo) und Waschmittel (Lebertropfen) ins Sortiment aufgenommen wurden. Rudolf Andres lacht amüsiert, als er ein paar Anekdoten erzählt.

Seit er die Familien-Apotheke - «die Boutique meines Vaters» - vor 23 Jahren übernommen hatte und sukzessive auf Räumlichkeiten in mittlerweile vier Häusern am Stadelhofen ausgebaut hat, spricht die ganze Stadt davon. Nicht nur von den Schaufenstern, die Werber Christoph Stokar, ein Jugendfreund von Andres, im Monatsrhythmus austüftelt und von den beiden Kreativbüros «Raumformer» von Eva Furrer oder dem «Formlabor» von Dominik Strahlhofer umsetzen lässt. Dieses äusserst kreative Marketing gewann reihenweise Preise des Art Directors Clubs und wurde sogar als Buch veröffentlicht. →





### Rundum-Angebot

Neuerdings redet man immer mehr auch vom Rundum-Angebot, das der Kunde in der Dr. Andres Apotheke am zentralen Stadelhoferplatz findet: Rudolf Andres bietet vorab 60 traditionelle Naturprodukte wie Wallwurz-Salbe, Energie-Mitteln und Prostata-Kapseln an. «Darauf sind wir stolz, dass unsere Salben, Öle, Tabletten und Kapseln weit über die Stadtgrenzen hinaus erfolgreich sind. Wobei, die Leute wollen immer weniger einstreichen, sondern einfach schlucken – ganz nach dem Prinzip der schnellen Neuzeit: hopp und weg.»

### 40 Mitarbeitende

Die Apotheker-Büros im ersten Stock sind in teuren Edelhölzern gehalten, die einst eine japanische Bank integrieren liess. In einem Raum finden sich Statuen von Cosmas und Damian, der beiden Schutzheiligen der Apotheker, oder uralte Apothekerdosen. Ansonsten ist alles auf neuem Stand: 40 Mitarbeitende sorgen für das Wohl der Kundschaft und liefern schnellen sowie freundlichen Service.

«Die Margen sinken, die gesetzlichen Auflagen nehmen zu – der Druck steigt», erklärt Andres, und Sorgenfalten legen sich über seine hohe Stirn. Obwohl, seit rund zehn Jahren ist der Bestand an Schweizer Apotheken mit rund 1700 gleich geblieben – hingegen derjenige der Drogerien von 900 auf rund 500 geschrumpft. «Wir müssen trotzdem innovativ bleiben und Neues wagen», so der quecksilbrige Chef.

Den neusten Service liefert eine Dermatologin, die in den Räumlichkeiten eine Arztpraxis führt. Sie vervollständigt eine Linsen- und Brillenabteilung, geleitet von drei Optikern, ein Kosmetik-Institut, eine Reiseabteilung und eine Teeecke. «Und neu kommt jetzt ein CURAPROX-Corner», freut sich der sportliche Mittfünfziger Andres, der mit dynamischem Schritt durch sein labyrinthisch anmutendes Reich führt.

### CURAPROX Shop-in-Shop

Also auf zu neuen Ufern! Zusammen mit Ueli Breitschmid, mit einer eigenen Zahnabteilung in der Dr. Andres Apotheke nach dem Shop-in-Shop-Prinzip. Anstatt sich mit den CURAPROX-Produkten auf eine betagte Klientele und damit Stammkundschaft zu stürzen, will Andres – in Anlehnung an Breitschmids Konzept – die Jungen und somit Neukunden gewinnen. «Die Alten folgen dann sowieso, weil sie ja auch jung bleiben wollen. Das war schon bei Roger Schawinskis Piratenradio so: Ursprünglich konzipiert für die Kids, hörten es nach dem ersten Sendejahr vorwiegend die 30- bis 40-Jährigen. Und das ist eine der kaufkräftigsten Generationen.»

Die CURAPROX-Produkte sind gegeben, Andres muss sie nur noch neu präsentieren. Ihm schwebt vor, sie als hervorragend und individuell sowie einmalig anzupreisen und zu inszenieren. In Genf besuchte Rudolf Andres eine Apotheke, die vor 20 Jahren mehr als 40 Prozent des Umsatzes mit Dentalartikeln machte, mehr als jedes Warenhaus. Das sei heute zwar nicht mehr möglich, aber man könne sich das ja immerhin vor Augen halten. «Und dann ein witziges Konzept mit Ecken und Kanten ausprobieren.» Ganz nach dem Prinzip der umwerfenden Schaufenster.

[www.apothekestadelhofen.ch](http://www.apothekestadelhofen.ch)

«Darauf sind wir stolz, dass unsere Salben, Öle, Tabletten und Kapseln weit über die Stadtgrenzen hinaus erfolgreich sind».



### Rudolf Andres

Der Apothekersohn wurde 1959 in Kilchberg geboren, wuchs in Küsnacht und Zürich auf. Er studierte an der ETH, doktorierte in Bern über ein Thema, das ihn selber auch weiterbringen sollte: Er wollte nicht wie sein Vater Meerschweinchen künstliche Herzinfarkte versetzen, sondern den Wirkstoff des Bestsellers seines Vaters, die Wallwurz-Salbe, entschlüsseln. Das dauerte ganze fünf Jahre ... Andres lebt mit seiner Frau und ihren drei Kindern in Küsnacht.





# Der Mann für alle Fälle

Aufbruch ist sein Ding: **Marco Zavalloni** ist neuer operativer Chef von CURADEN. Der Newcomer im Familienunternehmen von Ueli Breitschmid ist Raketenfan und will durchstarten, mehr Ruhe in den Betrieb bringen und dann gewaltig wachsen: «Wir werden von der mittelständischen Firma zu einem internationalen Konzern aufblühen.»

# «Geht nicht, gibt's nicht.»

30 Jahre lang arbeitete Marco Zavalloni in einem Kunststoffwerk, durchlief im 300-Mann-Betrieb alle möglichen Positionen, bis er sich 2013 aus der Geschäftsleitung verabschiedete. Der Italo-Schweizer hatte guten Grund dafür, denn er wollte noch einmal beruflich Neuland erkunden, mit einem neuen Team Grosses bewegen, sprich: erneut durchstarten. Mit seinen 56 Jahren kann Zavalloni jetzt wieder etwas bewegen, was er sich nicht träumen liess: in einer Branche mit grossen Umbrüchen einen Betrieb zum Aufbruch leiten, als operativer Chef CURADEN quasi zum Explodieren bringen. «Die Arbeit fordert enorm – aber macht unheimlich Spass», sagt der für Betriebsprozesse und Leistungen verantwortliche Manager. «Ich spüre viel Energie im Betrieb, das Team ist kompetent und motiviert, die Produkte sind von hoher Qualität – unser Count-down läuft.»

## **Fachmann mit Leidenschaft**

Die Worte kommen nicht von ungefähr aus der Raumfahrt: Seit sein Sohn sich für Flugzeugtechnik zu interessieren begann, ist Vater Marco fasziniert von Jets und Raketen. Er kennt alle Filme und Bücher zum Thema, weiss, weshalb die Deutschen mit ihrer V2 schon Anfang des letzten Jahrhunderts die Technik revolutionierten: «Weil die Versailler Verträge es den Kriegsverlierern verboten, Waffen zu produzieren, verlegten sich die deutschen Forscher und Techniker halt auf die Raketentechnik.» Es spricht der Fachmann Zavalloni, er redet sich in Leidenschaft und spürt auch hier Aufwind.

So geht es dem COO ebenfalls, wenn es um die CURADEN-Perspektiven geht. Marco Zavalloni wird nebst dem bestehenden Produktionswerk in Ligurien (Italien) bald ein weiteres in der Schweiz in den Konzern integrieren und hat auch schon Pläne für weitere Produktionsstätten im Ausland. «Um CURADEN Solidität zu garantieren und für Stabilität zu sorgen.» Wichtig sind dem Schnelldenker ein gut harmonisierendes Team, schlanke Zusammenarbeit mit den Zulieferern und konstante Weiterentwicklung im Betrieb.

## **Konstante Weiterentwicklung**

Das war es auch, was er beim ersten Kontakt mit CURADEN-Inhaber Ueli Breitschmid forderte: Weiterentwicklung. Die beiden waren sich am World Medtech Forum in Luzern begegnet. Breitschmid sagte dem interessiert am CURADEN-Stand herumschmökernden Zavalloni: «Sie putzen sich ihre Zähne bestimmt mit einer elektrischen Zahnbürste.» – «Stimmt», antwortete der Ertappte. Und als Kunststofffachmann konterte er: «Aber Ihr kleiner Interdentalbürstenhalter UHS 451 hat qualitativ ein Riesenpotential, das noch nicht ausgeschöpft ist.» – Breitschmid liess sich nicht provozieren: «Also offerieren Sie, bitte!» Was Marco Zavalloni gerne machte. So entwickelte sich die zweite Begegnung der beiden Chefs gleich zu einem Bewerbungsgespräch.

## **Leitspruch von Richard Branson**

Und nun arbeiten die beiden vis-à-vis in Büros mit Blickkontakt, der CURADEN-Inhaber und sein neuer COO. Beides Macher, wie sie im Buche stehen; der Newcomer glänzt mit grosser Statur, selbstsicherem Auftreten, immer hat er einen frechen Spruch auf Lager – aber er ist stets bei der Sache. Das erinnert an einen anderen Grossen aus der Wirtschaftswelt: Richard Branson, Virgin-Günder. Dessen Autobiographie «Business ist wie Rock ,n' Roll» hat Marco Zavalloni mit grösstem Lesevergnügen verschlungen. Und sich ein anderes Werk des britischen Unternehmers und Luftfahrers zum Lebensmotto erkoren: «Geht nicht, gibt's nicht.» Klar, dass ein Mann für alle Fälle wie Marco Zavalloni durchstarten und Erfolg generieren muss. Weil er es vor allem will.





# Dentallabor mit Google-Groove

Sein Entscheid, Zahntechniker zu werden, war einst Plan B. Doch **Thomas Bussmann** bereute ihn nicht – heute ist der ursprüngliche Plan 1A: Der Luzerner leitet ein erfolgreiches Dentallabor mit 25 Angestellten. Bussmann blickt auf diverse Pionierleistungen zurück. Und mit Zuversicht in die Zukunft.

In der Kantonsschule wollte Thomas Bussmann sich nicht weiter hinter Büchern verkriechen, also brach er seine Schulkarriere in der 4. Klasse ab. Und orientierte sich, welche Lehrstellen damals zu besetzen waren. Drei Alternativen standen offen. Weil die ausgeschriebene Lehre als «Zahntechniker» am besten klang und «Schriftsetzer» sowie «Drogist» in Sachen sprachlicher Sexyness locker austach, entschied sich Thomas Bussmann, diesen Beruf anzutreten.

Um sich nach der Hälfte der Lehre, nach zwei Jahren, einzugestehen, dass er wohl keinen Tag länger mehr so arbeiten wolle. «Aber ich konnte meinen Eltern nicht einen neuerlichen Abbruch zumuten», sagt der heute 60-Jährige mit einem listigen Schmunzeln. Also machte er weiter. Und der anfängliche Trott wurde zum Abenteuer, das bei ihm Freude und Pioniergeist entwickelte und in einer «Bruchbude» mit billigsten Ikea-Möbeln seinen Anfang nahm. →

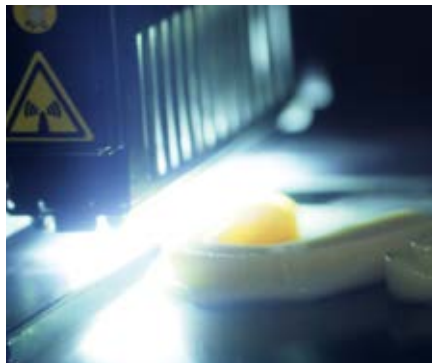


«Die Digitalisierung schreitet rasant voran.»

Labor

### Cool und modern

Heute führt der Zahntechniker durch seine modernen Büroräumlichkeiten der Orthodontie Bussmann, die sich in einem Hinterhof der Luzerner Neustadt eingemietet hat. Es hängt viel Kunst an den Wänden, und in seinem sonst erstaunlich schlicht eingerichteten Büro stehen edle Amarone-Flaschen – Bussmann hat sich bewusst entschieden, dem Betrieb einen coolen Google-Groove zu verleihen. Er weiss: «Wer sich im Team wohl fühlt, der leistet bessere Arbeit.» Also gibt es ein *Chambre séparée*, in dem ein Töggelikasten zum Spielen und friedlichem Messen einlädt. Und siehe da, der Teamspirit wuchs mit Erfahrung und Routine, sodass die «Bussmänner» heute im Wettkampf sogar gegen die Velokuriere gewinnen.



### Zwei Familien

«Ich habe zwei Familien – die eine ist hier.» Das spürt man, wenn der Chef in kumpelhafter Manier kurz vor Mittag durch die Gänge geht und zu seiner 25-köpfigen Belegschaft spricht. Eine Mehrheit arbeitet und schleift Gipsmodelle, wenige kochen. Mindestens einmal im Monat essen alle zusammen. Bussmann sagt stolz: «Täglich kochen einige Mitarbeitende gemeinsam. Manchmal tut dies auch der Chef, meist Pasta mit Lachs ...» Ein herzhaftes Lachen macht sich in Thomas Bussmanns Gesicht rund um die grossen Zähne breit. «So schaukeln wir uns gegenseitig immer wieder zu neuen Höhen!»

Auch die Dental-Konkurrenz sticht das Unternehmen heute meist locker aus, und das nicht zum ersten Mal. Als Thomas Bussmann 1977 mit einer eigenen Kieferorthopädie anfang, war es für ihn das einzige Spezialgebiet mit interessanter Perspektive. «Jahrelang musste ich schmal untendurch.» Um seine Dienstleistungen bekannt zu machen, gab er prophylaktisch eine Infoschrift heraus, die von den ihn berücksichtigenden Zahnärzten gelobt, aber von einem Uni-Professor getadelt wurde. Bussmann erzählt mit einem bitteren Lächeln über Hierarchiedenken: «Ein Techniker durfte damals doch keinen Zahnarzt belehren ...» Doch von da weg ging es vorwärts, er bastelte sich ein erstes Labor aus Holzbank, Kochtopf und Töffliventil. Bald stand der ehemalige Bastler vor einer glänzenden Zukunft: 1994 besass Bussmann das erste Labor schweizweit, das mit Laser arbeitete und nicht mehr löten musste.

### Digitalisierung

Auch die transparenten Miniplastikschienen hat er miterfunden und -entwickelt, 20 Jahre bevor die US-Zahnkosmetikfirma Invisalign diese sogenannten Aligner serienmässig bekannt machte. Bussmann ist der zweitgrösste Anbieter der Schweiz. Heute ist er mit dem digitalen Workflow Vorreiter. Mit einem Mundscanner werden Daten gleich im Computer zu Modellen umgewandelt, die der 3D-Drucker dann herstellt. «Die Digitalisierung schreitet rasant voran», weiss Bussmann. Und er will voll darauf setzen.

Diese Erfolgsgeschichte ist erstaunlich, denn den Dentallabors geht es gar nicht rosig: Während sich in den letzten zehn Jahren die Anzahl Zahnärzte von rund 2000 auf fast 4000 verdoppelt hat, bestehen von ehemals 1300 Dentallabors kaum mehr 1000.



Thomas Bussmann ist bemüht, dass seines noch lange bestehen bleibt. «Wir sind eines der wenigen Labors, das eigene Marketinganstrengungen unternimmt: Wir geben ein Magazin heraus, den Ortholetter, ausserdem machen wir Info-Apéros zu angesagten Themen wie etwa zum Schnarchen. Zum gleichen Thema und zu Schlafapnoe haben wir rund 200 Zahnärzte ausgebildet.»

### Kompetentes Team

Wichtiger Pfeiler dabei ist ihm sein kompetentes und (dienst)leistungsbereites Mitarbeiterteam. Die Crew benützt fast ausschliesslich CURADEN-Produkte. «Wir schätzen vor allem die grosse Produktpalette und die ausgezeichneten Dienstleistungen.» Bussmann hat schon mit Vater Breitschmid, ebenfalls Zahntechniker wie er, zusammen gearbeitet. «Hans Breitschmid hat viel geleistet und leider nie die verdiente Wertschätzung in der Region erhalten.» Das freundschaftliche Verhältnis setzt er heute mit Ueli, dem Sohn von Hans, fort. Bussmann über Breitschmid: «Er ist der mit Abstand innovativste Geist der Branche, er sprüht nur so vor visionären Ideen. Und ohne ihn wäre die Dentalmesse in Bern wohl immer noch ohne Ausstrahlung.» Um das zu lernen, muss Thomas Bussmann keine Bücher lesen.



[www.obu.ch](http://www.obu.ch)



# Elefanten können tanzen

**Michael Fluri**, seit September 2012

Chef CURADEN, ist ein umtriebiger Mann.

So passt er bestens in die Dentalbranche, die vor Herausforderungen und Chancen steht. «Chancen, die wir packen werden», sagt Schnelldenker Fluri. Spirit fühlte dem CURADEN-CEO auf den Zahn.



## «Der moderne Zahnarzt findet den eigenen Brand, seine exquisite Nische – es geht um mehr als um Bohren und Füllen!»

Sein Blick ist feurig, die Gestik rasant, die Worte sprudeln. Michael Fluri ist auch abends noch hellwach. Der sportliche Mann steht unter Strom, und einen Termin mit dem Manager zu erhalten, ist schwierig. Also findet das Interview bei einem Business-Znacht im Imagine des Zürcher Hauptbahnhofes statt. Fluri liebt es wärschaft, geniesst sein Wiener Schnitzel und trinkt Wasser mit Kohlensäure. In seinen Ausführungen fokussiert der CURADEN-CEO auf die Bedeutung von Wissen, Kundennähe und Umsetzung.

### > **Michael Fluri, Imagine: Lassen Sie uns eine Vorstellung bekommen, wie Ihr Arbeitstag aussieht!**

Zehn Stunden lang ist er meist, wobei der Fokus nicht nur auf Neukunden oder Stammkunden liegt, sondern auch auf Gesprächen mit Lieferanten oder auf Meetings mit CURADEN-Abteilungsleitern und informellen Begegnungen.

### > **CURADEN ist im Umbruch und eine grosse Herausforderung: Was haben Sie heute vor diesem Interview schon alles in Ihren Tag gepackt?**

Heute kümmerte ich mich vornehmlich um den Feinschliff einiger für die Dentalmesse in Bern wichtiger Projekte und Neuerungen in unserem Kundenangebot – das ist sehr zeitintensiv. Ich habe mir auch Zeit für Mitarbeitergespräche genommen. Solche informellen Gespräche sind sehr wichtig. Hierbei erfährt man meistens mehr als an manchem Meeting: scheinbar Nebensächliches wie Befindlichkeiten und Probleme der Mitarbeiter; doch das führt zu Lösungen und neuen Perspektiven. Motivierte Mitarbeiter sind neben allen Prozessen und Strukturen das Wichtigste. Das bietet dem Unternehmen viele Chancen!

### > **Was haben Sie in den anderthalb Jahren als Chef erreicht?**

Ich konnte mit meinem engagierten Team die Grundlagen für die Neuausrichtung der Firma legen: Verkaufsstruktur und Marketingprozesse wurden angepasst. Ziel ist es, die Bedürfnisse der Kunden und das Marktpotential zu erkennen und daraus spezifische Angebote zu entwickeln. Es geht hier um Kundennähe; wir wollen mehr agieren anstatt zu reagieren. Schliesslich gelang es uns, neue Schlüsselkunden zu gewinnen – und dies nicht mit dem oft gängigen «günstigs-



ten Angebot», sondern mit der besten massgeschneiderten Lösung. Grundlage für den Erfolg sind: Wissen, Kundennähe und rasche Umsetzung. Ich legte auch einen grossen Fokus auf den Aufbau unserer Lösungsabteilung.

### > **Wie sieht deren Arbeit aus?**

Unser Solutions-Team ist eines unserer Differenzierungsmerkmale am Markt, hiermit heben wir uns deutlich von unseren Mitbewerbern ab. Die sechs Mitarbeiter sind ausgewiesene Spezialisten, die ein grosses Know-how über IT, neue Technologien wie CatCam, Praxisvernetzung, Datensicherheit, Sterilisationsprozesse und elektronische Abläufe verfügen. Sie sind Topleute, die unseren Kunden integrierte Lösungen anbieten. Für viele unserer Kunden sind die Top-Leistung des Solutions-Teams und unsere Lösungen Garant für eine funktionierende Praxis – das schafft Vertrauen.

### > **Welches sind die Baustellen, an denen Sie an der Front ackern?**

Wir wollen dem Kunden noch besser zeigen, wie wir ihm in diesen herausfordernden Zeiten ein wirklicher Partner sein können – und nicht mehr nur ein austauschbarer Lieferant. Wir haben genug Know-how und die richtigen, motivierten Leute dafür. Wir wollen auch kein Bauchladen sein und alles für alle anbieten. Unseren Kunden stellen wir alle unsere besten Kapazitäten zur Verfügung, damit sie sich vorwiegend auf ihre Kernkompetenz fokussieren können.

### > **Geplant ist eine «weltweite» CURADEN-Strategie. Wie sieht die aus?**

Wir haben eine Vision und einen konkreten Plan: alle wichtigen Player der dentalen Wertschöpfungskette auf einer Plattform zusammenzubringen; Zahnärzte, Patienten und Lieferanten sollen sich auf einem globalen Marktplatz austauschen können. Dienstleistungen und Angebote werden dabei transparent angeboten. →





### Sport und Werte

Der Zürcher Michael Fluri (geboren 1970) absolvierte die Matura und studierte Wirtschaft. Er arbeitete mehrere Jahre in Chicago USA als Business Development Manager bei der weltweit tätigen Informations-technologiefirma Unisys. Seit 2001 ist er in führender Stellung in der Dentalbranche tätig und ist seit 2012 Geschäftsführer des CURADEN Dentaldepots. Er liebt Sport, geht regelmässig ins Gym oder im Sommer Wakeboard fahren, für Teamsport fehlt ihm leider die Zeit. Er schaut gerne Dok-Filme und liest Geschichtsbücher, die sich mit der Wiege der Menschheit, Moral und Werten sowie der Zivilisation des modernen Menschen befassen.

### > CURADEN in zehn Jahren: Was sind Ihre Visionen?

Es geht hier um eine schon angestossene Entwicklung vom Boxmover zum Lösungsanbieter und Integrator. Unseren Kunden wird alles aus einer Hand angeboten: In einem immer komplexer werdenden Praxisalltag wollen wir sie bei den kritischen Prozessen massgeblich unterstützen. Neue technologische Entwicklungen werden von CURADEN für den Dentalmarkt angepasst. Stichwort: Google Glass. Spracherkennung, Qualitätskontrolle und die Erfassung der Krankengeschichte werden dadurch grundlegend verändert bzw. vereinfacht. Erste Resultate und Anwendungsmöglichkeiten zeigen wir an der Dental 2014 in Bern. Das sind spannende Entwicklungen und Veränderungen, bei denen wir an vorderster Front mit dabei sind. Es geht um Entwicklungen und Veränderungen, die sowieso kommen werden. Die Frage ist nur, wie CURADEN diese Chancen nutzt. Es gibt in der Industriegeschichte zahlreiche Beispiele, wie Firmen von solchen Entwicklungen profitieren konnten. CURADEN geht es in viel, viel kleinerem Umfang wie vor ein paar Jahren IBM, deren Umbruch von der Hardware-Firma zum Serviceunternehmen in Louis V. Gerstners Buch «Wer sagt, Elefanten können nicht tanzen?» eindrücklich dokumentiert wurde.

### > Welche Inputs erhält die CURADEN aus internationalen Beziehungen? Beispiele bitte!

Durch CURAPROX sind wir weltweit bestens vernetzt. Auch unsere Beschaffungsmärkte sind global. Zudem: Dank der Beteiligung an der Firma Gerho, einem erfolgreichen Verbrauchsmaterialhändler im Südtirol, haben wir ganz neue Möglichkeiten, zu besseren Preisen einzukaufen und diese Vorteile auch an unsere Kundschaft weiterzugeben. Zwei Punkte stehen für mich im Mittelpunkt: Methoden und Teams und diesem Zusammenhang auch verschiedene Mentalitäten. Beispiel ist das Zusammenwirken der verschiedenen Abteilungen eines Dentaldepots. Die Kundenbetreuung ist keine «One-Man-Show» mehr; es geht darum, dass alle relevanten Stellen den Kunden als solchen sehen. Ziel ist es immer, Kunden noch individueller, besser und effizienter zu bedienen.

### > Welche Faktoren sind hierzulande für Zahnarztpraxen entscheidend?

Der Markt, das Angebot, die Nachfrage werden heterogener. Von der Einmannpraxis bis hin zum Zentrum oder der Klinik und vom treuen Patienten oder dem Ungarntouristen werden wir vermehrt alle Ausprägungen antreffen. Zahnärzte und Labore werden in Zukunft ihre Stärken und Dienstleistungen noch besser definieren und akzentuieren und sie dem Kunden kommunizieren. Sprich: Der moderne Zahnarzt findet den eigenen Brand, seine exquisite Nische – es geht um mehr als um Bohren und Füllen!



## Michael Fluris Plädoyer für «partner by curaden»

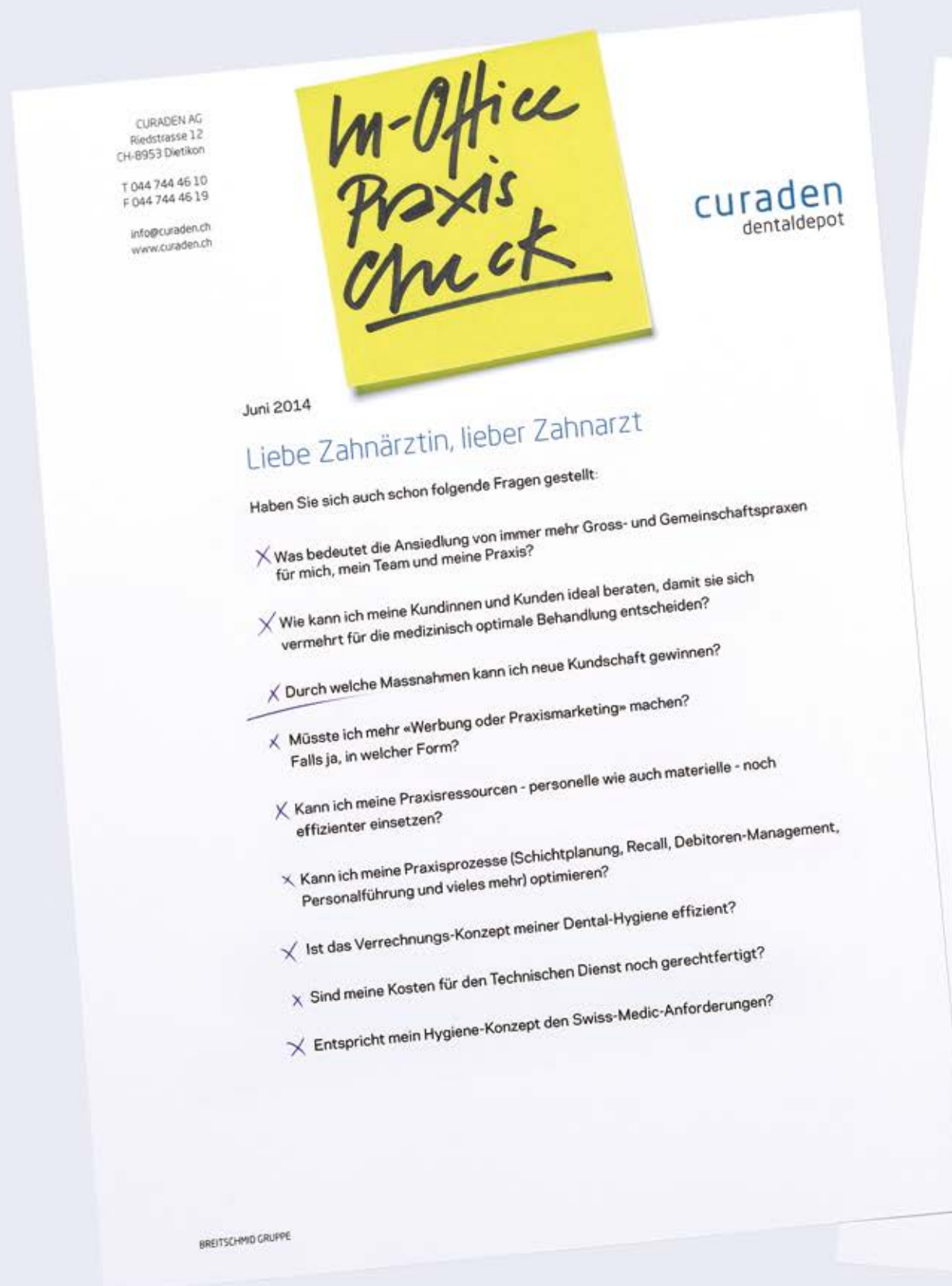
Wir von CURADEN wollen, dass unsere Kunden die erfolgreichsten Zahnärzte der Schweiz sind. Weil sie die besten sind und deshalb Erfolg haben. Aber auch, weil sie mit neusten Technologien und besten Produkten nicht nur Schmerzen ihrer Kundschaft lindern und deren Lächeln verschönern. Sondern ihnen auch ein besseres (Selbst-)Gefühl und Wohlbefinden vermitteln. Solche Zahnärzte sind selbstredend auch selber viel zufriedener – und sie tragen den Brand «partner by curaden» in die Welt hinaus.

Weshalb sind diese Zahnärzte, die CURADEN-Partner, die erfolgreichsten? Der Gründe gibt es viele:

- Weil sie die besten in den Augen ihrer Patienten und Kunden sind, denn diese fühlen sich zusehends als Gäste.
- Weil sie die Freundlichsten bei der Arbeit sind.
- Weil sie in den hellen und topmodernen Praxen arbeiten.
- Weil sie ihren Kunden einen tollen Service zu vernünftigen Preisen bieten.
- Weil sie dem Credo «Prävention vor allem» verpflichtet sind.
- Weil sie sich laufend informieren und weiterbilden und somit auf dem neusten Stand sind. Und damit der Kundschaft das modernste Know-how vermitteln.
- Weil sie richtig investieren und auf moderne Kommunikations-Technologien setzen, eine Website für Smartphones anbieten und die Kundschaft ihrerseits via iPhone Termine buchen kann.

Sie sehen, es braucht gar nicht viel, damit die Kundschaft zufrieden ist: vorab muss es der behandelnde Zahnarzt sein. Wir von CURADEN stehen Tag und Nacht dafür ein, dass das so bleibt. Wir sind bestrebt, Vertrauen zu schaffen und eine echte Partnerschaft mit den Dental-Profis einzugehen. Damit wir eine langfristige und schlagkräftige Gemeinschaft bilden.

# Erfolg ist planbar



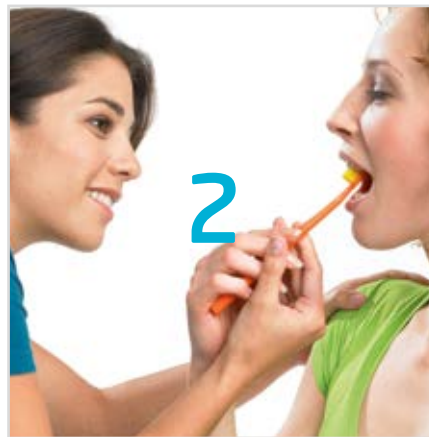


# 10 Must-haves

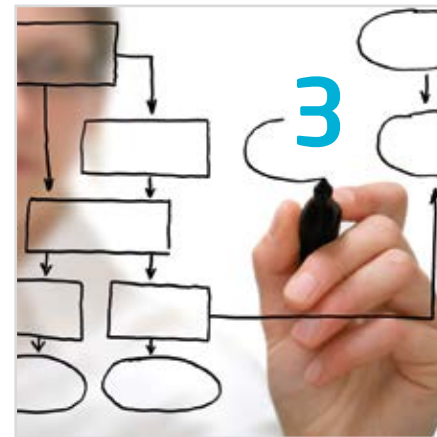
Was in die moderne Praxis gehört.



Freundliches, professionelles Praxisteam.



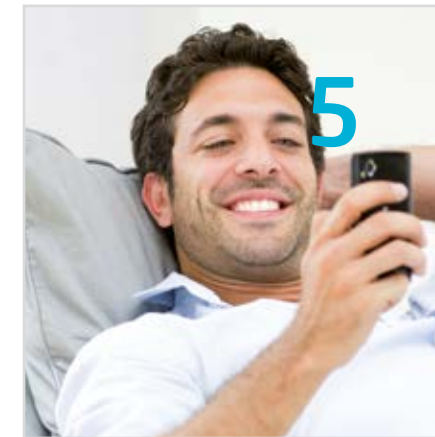
Mundpflege-Trainings-Angebot: Touch to teach.



Schriftlich festgehaltene Prozesse wie: Instrumente-Aufbereitung, Recall, Inkasso, Materialbewirtschaftung, etc.



Wartezimmer mit Wohlfühleffekt.



SMS Recall-System.



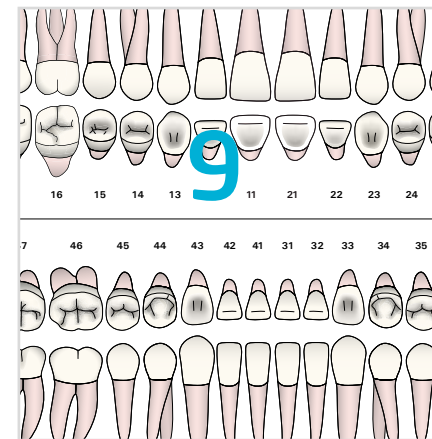
Hochmodernes Röntgengerät OPT 2D.



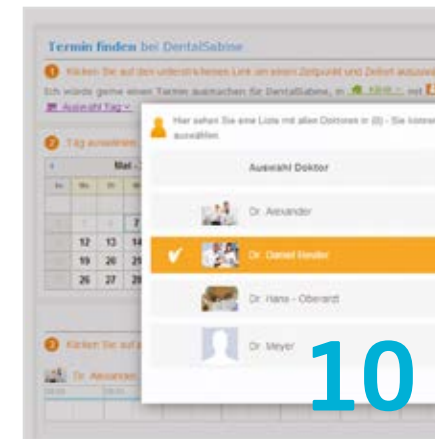
Airflow für die DH, gibt ein unvergleichliches Wellnessgefühl.



Google-Glass mit Spracherkennung.



Elektronische Krankengeschichte.



Online-Booking-System.



# «iTop ist tipptopp!»

Während die meisten Menschen sich an Vergangenen erfreuen, denken **Inge und Rolf Kufus** in ihrer Zürcher Zahnarztpraxis vorwiegend an die Zukunft. Die Zukunft der nachhaltigen Zahnmedizin, die in der Prophylaxe und in der vorsichtigen Restauration liegt.

«Das kann doch nicht sein, dass sich die Menschen nicht auf das Einfachste einlassen!» Rolf Kufus verwirft die Hände, hält die CURAPROX 1009 Singlebürste mahnend in die Höhe, sein Haar wallt um das Gesicht, die Augen glitzern listig. Der erfahrene Zahnarzt, seit 1986 in der Praxis an der Zürcher Löwenstrasse, könnte es sich einfach machen: Indem er einfach flickt und bohrt - und dann teure Rechnungen schreibt. Aber nein, Kufus will es richtig machen und abends mit einem zufriedenen Lächeln in den Spiegel blicken. Statt in der Gegenwart die Schäden an den Zähnen seiner Kunden zu beheben, lenkt er ihren Blick in die Zukunft: Er zeigt ihnen, wie sie mit richtiger Zahnpflege die gute Substanz im Mund erhalten, so dass die Restauration klein aber fein zu erledigen ist. So simpel ist das Rezept seines Erfolgs. →





Es geht um Essenz, das sieht man dem leeren und sec in Weiss gehaltenen Interieur der vier Kufus-Behandlungsräume an. Der Grund ist ein einfacher: Es gibt kaum Schubladen, weil darin keine Hygiene garantiert werden kann. Einzig der Empfang verleiht mit der hölzernen Sekretariatstheke Wärme, die beiden Monroe-Prints von Andy Warhol an der Wand zeugen von erlesenem Geschmack. Auch das 20er-Jahre-Haus aus der Bauhaus-Ära hat Stil – kein Mensch dürfte sich hier nicht wohl fühlen.

#### Gschaffiger Handwerker

Und dann der Chef selber. Rolf Kufus ist ein jovialer Typ, immer für einen Spruch bereit, aber sehr «gschaffig». Der Mann sagt in seiner kernigen Art: «Ich bin ein Handwerker, der lieber Schönes schafft anstatt auf Abbruch zu machen und immer nur zu flicken. Deshalb motiviere ich die Kunden. Ich will sie gerne lehren, ihre Zähne selber zu erhalten.» Nachhaltigkeit, zugegeben, ist ein strapazierter Begriff. Aber diese will Kufus erreichen. Eine Zahnfüllung soll seriös gemacht 25 statt nur 10 Jahre halten, deshalb produziert er Keramikfüllungen gleich selber in der Praxis mit dem an der Uni Zürich entwickelten 3D-Schleifroboter Cerex von Sirona. «Dank dieser Maschine muss der Kunde nicht mehrfach zu mir antraben. Das kommt günstiger.» Und wegen der Prophylaxe braucht er weniger Füllungen, und die halten zudem noch länger. Der Kunde soll im Vorteil sein.

Ein Mann, ein Wort – da gleicht der rüstige 60-Jährige seinem Zulieferer, Ueli Breitschmid, dem Geschäftsführer von CURADEN. Über diesen sagt Kufus: «Er ist ein fantastischer Unternehmer, offen für Neues und dabei stets ein Querdenker. Ueli ist zudem streitbar, wir hatten spannende, aber immer auch kontroverse

Gespräche.» Zum Kontakt kam es 2011 per Telefon, als sich Breitschmid erkundigte, weshalb die Kufus-Praxis denn so gut laufe. Da antwortete Kufus mit einem Sinnspruch des Kölner Professors Wolfgang Lückerrath: «Empirie kommt von Machen – Evidenz vom In-den-Computer-Gucken.»

Empirie, Wissen aus Erfahrung, das ist das Leitbild der Kufus-Profis, sie sind Macher durch und durch. Dafür arbeiten sie im verschworenen Team hart, von 7 Uhr in der Früh bis nach 20 Uhr abends. Entscheidend dabei ist auch die gute Administration: Inge Kufus, eine gelernte Germanistin, hält ihrem Mann Rolf den Rücken frei. Sie ist Geschäftsführerin, organisiert das Team vom Empfang aus – die gute Seele des Betriebes.

#### Schlaue Werkzeuge

Rolf Kufus ist die Hand – er nutzt lieber seine «schlaue Werkzeuge» und hält die Kundschaft bei Laune. Das geht locker, denn der renommierte Zahnarzt betrachtet seine Arbeit als grösstes seiner Hobbies. Zugegeben, manchmal lässt er Dampf ab, wenn er auf dem Bike um den Zürichsee oder den Pfannenstiel pedalt; er ist auch Golfer, «ein leidenschaftlicher zwar, aber ein schlechter». Arbeit als Hobby? Ja, weil das Metier hochspannend und er an Menschen interessiert ist. Und Kufus ist ein Familienmensch. Auch wenn die beiden Söhne nicht in seine Fusstapfen treten wollen – sie arbeiten als Kinderarzt und als Unternehmer, der eine war lange Eiskunstläufer. «Entscheidend ist, dass sie ihr Metier mit Einfühlungsvermögen und Passion machen», sagt der stolze Vater. Empathie und Leidenschaft, darum geht es Rolf Kufus. Bei den Patienten, die er gerne Kunden nennt, schaut er nicht auf die Uhr. →

Kufus vergisst die Zeit, was dem Kunden wiederum Ruhe gibt, weil der Zahnarzt nicht gestresst ist. Kein Wunder, hat das 23-köpfige Kufus-Team immer mehr jugendliche Kunden gewinnen können. «Weil wir in unserer Praxis den Körper ganzheitlich betrachten und uns nicht losgelöst davon nur um die Zähne der Kundschaft scheren.» Denn wer eine entzündete Zahnwurzel hat, der stellt unmissverständlich fest, dass diese Entzündung auch weitere Kreise im Körper zieht. «Eigentlich ist alles ganz einfach ...» Das sagt Kufus immer wieder.

#### **Fitnesstrainer im Bereich oraler Gesundheit**

«Viel Übel wird durch zu heftiges Zahnschrubben verursacht», weiss der Dentalprofi. Viele der Kunden wissen das aber leider noch nicht. Deshalb will das Kufus-Team seine Patienten vor allem dazu bringen, die Zähne richtig zu putzen. Einmal am Tag reicht, am besten mit CURAPROX-Interdentalbürsten. Aber richtig, nicht einfach huschhusch. Sanfte Pflege sei wichtig – Harfe statt Rockgitarre. Dass jeder Dreck aus dem Rachen weg müsse, sei nicht mehr haltbar, erklärt Kufus. «Nein, man muss den Biofilm auf den Zähnen pflegen und managen!»

Wie das geht, zeigen die Mitarbeitenden den Kunden, sie sind routiniert und sympathisch, wie Catherine Schubert mit ihrem Musikgehör für feine Töne: als erklärte die ausgebildete iTop-Kraft zum ersten Mal, wie man Zähne putzt. Eine Dentalhygiene-Session im Hause Kufus ist nachhaltiger als anderswo: Nach dem «Bleeding-on-Probing»-Auftakt, in welchem schnell entzündetes Zahnfleisch lokalisiert wird, erfolgt die Schulung mit Zahn- und Interdentalbürste. Geduldig, sensibel und effizient wird da den Bakterien im Mund der Garaus gemacht. Wie sagt Kufus? «iTop ist tiptopp! Unsere DHs sind keine Putzfrauen, sondern Fitnesstrainer im Bereich oraler Gesundheit. Sie haben gute Tools und gute Methoden!»

Damit das auch gelingt, liess Inge Kufus ihr DH- und PA-Team von der Direktorin eines 5-Stern-Hotels in Höflichkeit und gepflegtem Umgang mit der Kundschaft schulen. Mit Freundlichkeit, einer verständlichen Sprache, Empathie und Leidenschaft geht's besser, das merkte die Belegschaft schnell selbst. Inge Kufus sagt: «So können wir die Kundschaft in einer schwierigen Situation verwöhnen. Unsere Mitarbeitenden sollen spüren können, was der Patient braucht.» Es ist immer dasselbe: Empathie und Leidenschaft ...

#### **Jedes Jahrzehnt mit Biss**

Zudem wird der Kunde mit einem Recall-System unterstützt und an seine vereinbarten Termine per SMS erinnert. Auch die vollkommene Transparenz ist angestrebt: Der Kunde soll alles Technische verstehen, er soll über alle seine Daten verfügen. Er kann sich beispielsweise 10-Jahrespläne erstellen lassen, damit jedes Jahrzehnt mit Qualität und Biss absolviert werden kann. Das klingt nach Klasse Marketing. Kufus verwirft die Hände: Sein Team macht keinerlei Marketing, denn alles läuft über Mund-zu-Mund-Propaganda der zufriedenen Kundschaft. «Das Netzwerk ist alles!» Und Kufus arbeitet auf die Zukunft hin. Er hat vor allem ein Ziel: «Wir freuen uns über jeden Kunden, der uns nicht mehr braucht.»

[www.kufus.ch](http://www.kufus.ch)

«Ich bin ein Handwerker, der lieber Schönes schafft anstatt auf Abbruch zu machen und immer nur zu flicken.»







## «Bedürfnis nach Exklusivität und Luxus steigt»

**Lucca Gaffuri** ist seit 2013 Produktmanager für swiss smile, die Schweizer Luxus-Zahnkosmetikfirma der Breitschmid Gruppe. Er ist sicher, dass sich die swiss-smile-Produkte nicht nur in der Schweiz und in Russland, sondern auch in weltweiten Gefilden prächtig absetzen lassen. Trendsetter Gaffuri weiss: «Ein Lächeln kann die Welt verändern».



#### **Gastro-Kind wird Manager**

Lucca Gaffuri (geboren 1971) wuchs in Olten als Gastro-Kind auf, absolvierte dort die Matura und ging diversen Leidenschaften nach (Biochemie-Studium, Koch, etc.), bis er 1992 bei den Bally-Schuhfabriken im Innendienst seine Karriere startete. Ein Chef, der an ihn glaubte, hektische Zeiten und die offenstehenden New-and-Emerging Markets boten ihm fruchtbaren Boden für grosse Erfolge. Danach beschäftigte er sich in verschiedenen Branchen als International Area Manager, bis er 2013 in der Breitschmid-Gruppe seine Heimat fand. Gaffuri ist verheiratet und Vater dreier Kinder; er kocht gerne und pflegt ein grosses soziales Umfeld.

#### **> Lucca Gaffuri, Sie sind viel im Osten unterwegs, weshalb sind die Swiss-Smile-Produkte und die Kliniken der beiden persischen Abivardi-Schwestern so perfekt für den russischen Markt?**

Die Marke swiss smile ist nicht nur für Russland ideal, sondern für all diejenigen Märkte, in denen langsam aber sicher das Bewusstsein für und das Bedürfnis nach hochqualitativen, exklusiven Produkten und Dienstleistungen heranwachsen. Und in genau diesen Märkten finden die swiss-smile-Produkte, die nach dem Prinzip einer Symbiose von Ästhetik, Funktionalität und Lifestyle gestaltet sind, reissenden Absatz.

#### **> Wo könnte sich das swiss-smile-Konzept noch bewähren?**

Im Ausland stammt die Klientele vor allem aus der gutsituierten Oberschicht, dies schon nur aufgrund des exklusiven Preises. In der Schweiz hingegen stammt ein Grossteil der Kundschaft auch aus der Mittelschicht; ebenso überzeugen wir immer mehr junge Leute mit unseren Produkten. Die Bereitschaft, sich hochpreisige, qualitativ erstklassige Kosmetika zu leisten, dringt langsam auch in die Dentalbranche ein. Sich Gutes tun – an dieser Schnittstelle setzen wir an. Wir verstärken unsere Präsenz deshalb im ausgesuchten Fachhandel und betreiben neu einen Webshop. Zudem warten wir im Herbst mit einer Gold-Edition auf, hierzu sage ich nur: «Bling, bling, bling!»

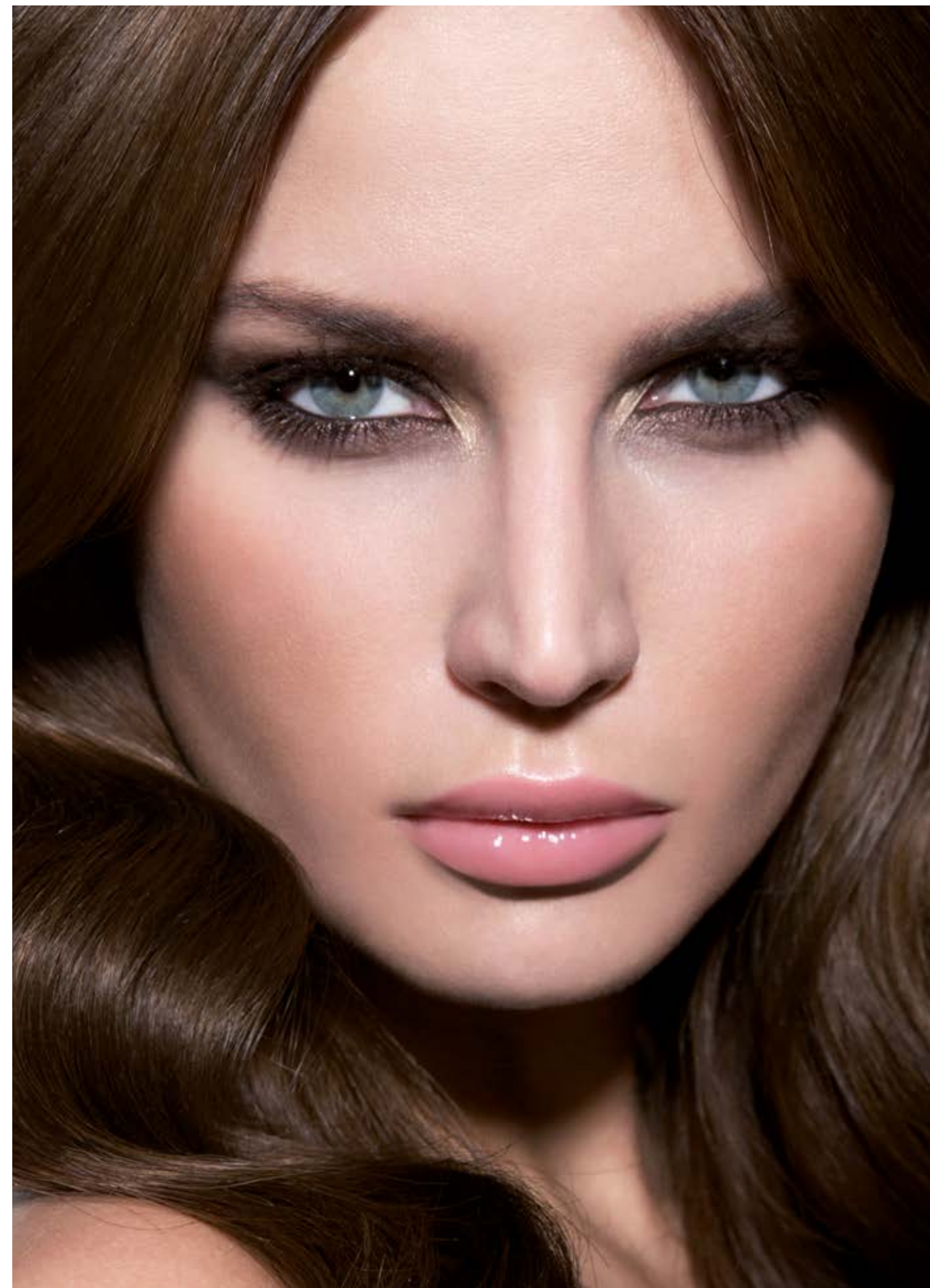
#### **> Neue zahlungskräftige Klientele akquirieren Sie neu auch in arabischen Staaten. Welche Kundschaft ist dort neu von der swiss-smile-Linie und den Luxuskliniken überzeugt?**

Ich liebe die Kräuterzahnpaste in Kombination mit der Zahnbürste No.5. Da ich als Mann gerne Zwischenergebnisse sehe und Kontrolle habe, benutze ich das schwarze Band. Es zeigt mir nach Einsatz genau, was zwischen meinen Zähnen verblieben wäre.

#### **> Wann wird man die Schweizer Ex-Vizemiss Xenia Tchoumitcheva, die Sie als Botschafterin für swiss smile gewinnen konnten, in der Schweiz an einem Ihrer Events erleben dürfen?**

Da müssen Sie mir noch etwas Zeit für Umsatzsteigerungen lassen, aber ein persönliches Fernziel ist, Xenia als Markengesicht zu engagieren.

[www.myswiss-smile.com](http://www.myswiss-smile.com)





# Die Dynamik des Lebens

Enzyme sind Biokatalysatoren des Stoffwechsels und lassen sich im Dentalgeschäft gezielt einsetzen. **Michel-Angelo Sciotti** stellt bei CURADEN sozusagen den Berater in Sachen Enzymen dar. Sciotti über Oralflora, molekularbiologische Revolution und synthetische Biologie.



Enzyme sind Proteine, uns als solches, sind sie der Ausdruck der Gene und erfüllen die meisten dynamischen Funktionen der Zelle: Sie steuern den überwiegenden Teil biochemischer Reaktionen – von der Verdauung bis hin zur Replikation der Erbinformationen. Leben ohne Enzyme ist also undenkbar. Für Enzyme ist charakteristisch, dass sie ihre Arbeit in kleinsten Mengen verrichten können und dabei nicht verbraucht werden. Man braucht sie auch als Biokatalysatoren.

#### > **Michel-Angelo Sciotti, was fasziniert Sie an Enzymen?**

Enzyme stellen die wichtigsten Bestandteile der lebenden Organismen dar. Wo andere Biomoleküle eher Struktur-, Signal- oder Speicherfunktionen erfüllen, sind sie für die Mehrheit der aktiven Zellprozesse verantwortlich. Wenn die Zelle ein Land wäre, dann wären die Enzyme die Einwohner, die das Land beleben und gestalten. Sie verkörpern die Dynamik des Lebens. Sie bestimmen, was wir sind und wie wir funktionieren. Enzyme sind also der wichtigste Grundstein des Lebens, sie werden leider unterschätzt. Im Gegensatz zu Genen, von denen man weiss, dass sie uns als Spezies und Individuen definieren.

#### > **Aber was unterscheiden Enzyme von Genen?**

Gene sind Gussformen. Und gegossen werden – hauptsächlich – Enzyme. Enzyme sind also der Zweck der Gene. Man dürfte schematisch sagen, dass wir grundsätzlich aus Enzymen bestehen. Sie sehen: Enzyme sind gar wichtiger als Gene. Sie verbergen ein riesiges Potential für den Menschen, der sie seit Jahren auch in nicht-biologischer Anwendung einzusetzen weiss: in Diagnostik, chemischer Produktion, auch in der Lebensmittelindustrie oder in Waschpulvern – viele Branchen nutzen Enzyme schon routinemässig. Nur in der Dentalbranche finden Enzyme erst langsam ihren Einsatz.

#### > **Wieso?**

In der Biotechnologie, der Lebensmittelindustrie oder der Produktionschemie ist die Verwendung von Enzymen längst etabliert. In der Mundhygiene stellt das Enzym wie allgemein in der Kosmetik eher noch ein Innovationsargument dar. Der Durchbruch hat also noch nicht stattgefunden. Dennoch findet man bereits verschiedene Enzyme in Zahnpasten oder Mundspülungen. Mit mehr oder weniger Wirkung.

#### > **Wie wirken diese «Heinzelmännchen» im Mund?**

Ich persönlich beschreibe Enzyme lieber als nanoskopische Biomaschinen oder Biowerkzeuge: Sie haben eine Funktion, aber keine Absicht. Sie sind ja «nur» Zellbestandteile. Jedenfalls enthält unser Speichel selber schon massenhaft menschliche Enzyme. Die dienen zur Vorverdauung unserer Nahrung oder zur Bekämpfung von Mikroben. Die Mikroben und die Nahrung selber bestehen schon

zu einem grossen Teil aus Enzymen. Entwickler versuchen mittels gezielter Enzymzufuhr das komplexe orale Gleichgewicht zu verschieben, um zum Beispiel den Abbau eines Schadstoffes zu fördern oder im Gegenteil einen nützlichen Stoff zu produzieren, der die Wucherung der oralen Flora unterdrücken soll. Eine enzymatische Behandlung will nicht die «Effizienz» einer Javel-Mundspülung haben. In biologischen Systemen taugen radikale Lösungen selten. Besonders in Sachen Mundhygiene muss man mit Fingerspitzengefühl handeln.

#### > **Wie ist Ihre Zusammenarbeit mit CURADEN?**

CURADEN setzt auf Innovation und vertreibt schon seit Jahren enzym-basierte Produkte zur Mundhygiene. Die Firma strebt danach, ihre eigene Expertise mit anderen spezialisierten Expertisen zu verknüpfen. Dabei diene ich als «Enzym-Gewerkschafter». Die Hochschule für Life Sciences der Fachhochschule Nordwestschweiz verfügt über langjährige Erfahrung mit Enzymanwendungen. Mit CURADEN erkunden wir neu das Gebiet der Kosmetikindustrie. Als Wissenschaftler betrachtet man die Branche oft als Kuriosität, weil ein kosmetisches Produkt gleichzeitig objektive und subjektive Forderungen erfüllen muss. Mit Letzterem haben einige Forscher Mühe. Ich jedenfalls empfinde das Wirkungsfeld als überaus spannend und geniesse die Zusammenarbeit sehr.

#### > **Wohin entwickelt sich die Enzymforschung?**

Enzymologie ist inzwischen ein relativ altes Fach. Die technologischen Ansprüche steigen stetig, und es wird folglich nach noch leistungsfähigeren Enzymen gesucht. Die Revolution in der Molekularbiologie ermöglicht es nun, die bestehenden Enzyme zu verbessern, stabiler, schneller oder genauer zu machen. Was die Natur nicht bietet, will der Biotechnologe selber erzeugen. Die nächste Herausforderung wird darin bestehen mit Werkzeugen der Molekularbiologie neue, künstliche, auf Anwendung massgeschneiderte Enzyme zu erzeugen. Dieser Trend beschränkt sich nicht nur auf Enzyme und hat einen Namen: synthetische Biologie.

«Wenn die Zelle ein Land wäre,  
dann wären die Enzyme die  
Einwohner, die das Land beleben  
und gestalten. Sie verkörpern die  
Dynamik des Lebens.»



#### **Michel-Angelo Sciotti**

Innovationsforscher Michel-Angelo Sciotti (45) arbeitet am Institut für Chemie und Bioanalytik der Hochschule für Life Sciences. An der Fachhochschule Nordwestschweiz in Muttenz (BL) befasst er sich seit 1998 mit Enzymen. Sciotti lebt mit Frau und drei jungen Kindern in Frick (BL). Er liest und schreibt gerne – mit seinem Nachwuchs misst er sich beim Gamen.





# Gott ist Brasilianer!

**Erik Vidal** vermarktet und verkauft in Brasilien CURAPROX-Produkte und -Konzepte. Nach sieben harten Jahren ist er heute so erfolgreich, dass die Konkurrenz bereits die 5460-Zahnbürste kopiert. «Die Kopie ist natürlich nie so gut wie unser CURAPROX-Klassiker», weiss Vidal.



Erik Vidal (Mitte) mit seinem GL-Team.



«Brasilien saugt dich auf – aber mein Job macht unglaublich Spass.»

Die Arbeitstage sind lang und hart. Immer noch, auch im achten Jahr, seit der gebürtige Schweizer Erik Vidal (59) nach Brasilien zurückgekehrt ist, wo er zehn Jahre seiner Jugend verbracht hatte. Um 6 Uhr morgens steht der CURAPROX-Landesverantwortliche bereits in Kontakt mit den Schweizern, die dann auf ihren Uhren bereits 13 Uhr mittags haben. 14 Stunden später ist Vidal immer noch auf Draht, meist in seinem mobilen Büro: «Abends um 20 Uhr erhalte ich letzte Bestellungen aus den Apotheken des Landes.»

Es läuft rund und hektisch, das Leben des Erik Vidal in der siebtgrössten Volkswirtschaft der Welt mit ihren 200 Millionen Einwohnern. Und obwohl sich die brasilianische Wirtschaft derzeit nicht mehr im Aufschwung befindet, kann Vidal nicht klagen. Armut, Kriminalität, mangelhafte Schulen und Spitäler zum Trotz, Vidal weiss: Er möchte nirgends anders leben und arbeiten, freut sich auf die anstehende Fussball-WM und die Olympischen Winterspiele in Rio de Janeiro 2016. Das Land lebt sambabeschwingt, wie es das Klischee will.

#### Grund zu tanzen

Und Vidal hat Grund zu tanzen: Unter den knapp 40 Ländern, in denen CURAPROX-Produkte vertrieben werden, ist er den Zahnbürsten-Absatz betreffend in den Top 3, vom Gesamtumsatz mit ausschliesslich mechanischen Produkten her betrachtet hält er sich in den Top 10. «Könnte ich auch CURAPROX-Chemikalien verkaufen, wären wir die Nummer 1. Doch die Gesundheitsbehörden wollen sämtliche Importprodukte selber registrieren – was einen extrem grossen Papierkrieg mit sich bringt, den die CURAPROX-Chefs in Europa noch scheuen.» Und zudem sind die Brasilianer Meister im Generika-Produzieren, wie sie schon mit Aids-Medikamenten bewiesen. Oder jetzt mit der Kopie einer 5460-CURAPROX-Bürste. Die sieht zwar am Kopf sehr ähnlich wie das Original aus, kommt aber bei weitem nicht an den CURAPROX-Klassiker heran: zu harte Borsten, zu wenig subtil in der Hand liegend, zu wenig bunt.

Die Vorteile von CURAPROX-Produkten liegen tatsächlich auf der Hand, das erkennen auch immer mehr brasilianische Zahnärzte. Kein Wunder, denn Erik Vidal und sein 30-köpfiges Team (10 Mitarbeiter in Büros und Lager; 20 Aussendienst-Vertreter auf Kommissionsbasis) bearbeiten von der 28-Millionen-Metropole São Paulo aus die Jungzahnärzte der 230 Universitäten Brasiliens, in denen es dentalmedizinische Lehrstühle gibt. «Unser Dozent, Uni-Professor Hugo Lewgoy, ist vom Typ her ähnlich charismatisch wie Jiri Sedlmayer, auch er erhält nach seinen Vorträgen immer wieder Standing Ovationen. Weil viele Studenten überhaupt erstmals durch ihn Fundiertes zu Prophylaxe erfahren ...» Rund zehn Kurse mit jeweils gegen 100 Jungzahnärzten führen sie landesweit monatlich durch.

#### Liebe zu Familie und Job

Diese begeisterten Zahnprofi-Studenten schicken dann bald schon ihre Kunden in die Kaufhäuser und Apotheken, die landauf landab CURAPROX-Produkte verkaufen. An Messen sind es die Cura-Girls, ausgebildete Zahnärztinnen und Studierende, die sich mit breitem Lächeln und schönen Zähnen mächtig ins Zeug legen, um die exquisiten Schweizer Produkte anzupreisen. Messen, Universitäten, Zahnärzte, Kaufhäuser – Vidal ist an allen erdenklichen Fronten am Akquirieren. «Brasilien saugt dich auf – aber mein Job macht unglaublich Spass.» Weil er Erfolg hat – monatlich 10 Prozent Zuwachs – fällt es ihm leicht, auf seine Hobbies wie Tauchen oder Töffahren zu verzichten. Und zum noch jungen brasilianischen CURAPROX-Erfolgsbaby kommt ein weiteres: Mit seiner Frau hat er sechsjährige Zwillinge, um die er sich auch gerne kümmert. Das geht bequem, wenn er in seinem virtuellen Büro von zu Hause aus arbeiten kann.

Der Mann geniesst nach harten Jahren den Erfolg; er ist gewitzt, kein Wunder. Und im Land gelandet, in dem er seine Liebe zu Familie und Job perfekt kombinieren kann. Wie sagt er doch: «Gott ist Brasilianer!».



#### In fast 40 Ländern

Seit 50 Jahren vertreibt CURADEN International AG ein Grosssortiment an Produkten zur Dental- und Interdentalpflege. Ueli Breitschmids Familienfirma liefert die schicken CURAPROX-Produkte in weltweit knapp 40 Länder, Brasilien hält dabei eine Vorzeigerolle. CURADEN lancierte die spezielle CURAPROX-Mundpflegelinie im Jahre 1974 und übernahm bald die Pionierrolle in der Interdentalpflege. Seit 1976 besitzt sie eine Vertriebsgesellschaft in Deutschland, seit 1999 auch in den USA, es folgten Niederlassungen und Vertretungen in Europa, Amerika, Asien, Afrika und im Nahen Osten.





**Ernst Mathieu** Der 62-jährige Walliser lebt mit seiner Familie in Sierre und in Alpinen, er kam in der kleinen Berggemeinde auf 1300 Metern über Meer zur Welt. Ernst Mathieu war lange Jahre bei Alusuisse, Publicitas und Swisscom tätig. 25 Jahre arbeitete er im Personalbereich und Marketing, dann im HR- und Selektionsdienst. Mit 58 liess Mathieu sich fröhlich pensionieren und geniesst heute seine besten Jahre. Er wandert gerne, macht Skitouren und reist mit seiner Frau.

Bio

# Im Kleinen kann Grosses verborgen liegen

Alpenkräuter von den Hängen eines Walliser Bergdorfes zu Ageing-Produkten verarbeiten? Das unbekannte und verschlafene Alpinen auf Trab bringen? Herrliche Projekte für Rentner **Ernst Mathieu**, der damit in seinem Walliser Heimatdorf förmlich aufblüht. Denn das alles soll sogar nachhaltig, naturnah und biologisch werden.

Alpinen hat Charakter: stotzig der Hang, vorwitzig die Bickini (so nennen die Walliser steinig und grobes Natursteinpflaster) und holzig die Blockhäuser. 200 Speicher, Stadel und Chalets sind es an der Zahl, 265 Seelen sollen in diesem zwischen Leuk und Leukerbad gelegenen und doch reichlich verlassenem Haufendorf wohnen – wobei, zu sehen bekommt man an diesem wunderbaren Frühlingsmorgen keinen einzigen Menschen.

Doch ein Mann ist gewillt, wieder vermehrt buntes Leben nach Alpinen zu bringen, wie zu guten alten Zeiten: Ernst Mathieu soll im Auftrag von Ueli Breitschmid schauen, dass an den Hängen Blumen und Pflanzen spriessen und gedeihen, auf dass ältere Menschen dank ihnen die Falten wegglätten können und ihre Haut wieder rosig wird. «Wir wollen bald Alpenkräuter pflanzen, die in Ageing-Produkten der Firma CURAPROX verarbeitet werden», blickt Ernst Mathieu optimistisch in die Zukunft. Er will Ökologie und Ökonomie verbinden. →



### «Dorf mit Potential – aber es tötelet.»

Vor fünf Jahren baute Mathieu seinen Stadel um, als ein neuer Nachbar ihn ansprach: «Wer bist du?» Mathieu antwortete: «Ich bin der Umbauer.» Darauf der Nachbar, der sich als Ueli Breitschmid vorstellte: «Gratuliere, der Umbau gefällt mir. Wie das ganze Dorf. Es hat grosses Potential – aber es tötelet.» Das fand Mathieu, der hier aufgewachsen ist, nicht als Beleidigung; nein, er war gar gleicher Meinung und bedauerte die Leblosigkeit von Albinen wie Breitschmid. Gesprächsstoff hatte sich schnell gefunden, die beiden tranken zusammen, wurden sich zusehends sympathisch – und schmiedeten grosse Zukunftspläne, die derzeit auf Verwirklichung warten.

Beide sind sich ähnlich: Macher, die dank viel Eigeninitiative Pioniere sind, konsequent und zuverlässig in der Umsetzung ihrer Pläne. Ernst Mathieu engagiert sich seit fünf Jahren in einem Kulturverein für die Erhaltung des Bestehenden, er ist Beirat in diversen Walliser Gremien – und er pflanzt in seinem Wohnort Sierre Chasselas- und Petite-Arvine-Wein an. Auch Ueli Breitschmid keltert seine eigenen Weine; da hatte das Duo eine weitere gemeinsame Leidenschaft gefunden. «So kamen wir in Albinen zusammen – schöner Zufall. Und Glück», wie Mathieu gerne betont.

### Ruhe, Sonne und Anonymität

Breitschmid hatte hier gefunden, was so viele zugezogene Gäste wie Professoren, Chirurgen, Autoren und Pensionäre in der kleinen Gemeinde gesucht haben: Ruhe, Sonne und Anonymität. Arbeit gibt's hier nur wenig: drei Chauffeure, wenige Angestellte im Hotel und Restaurant, zwei Gemeindeangestellte, ein Bauer, ein Bauunternehmer, ein Schreiner und eine Töpferin finden hier ihr Auskommen. Alle anderen Bewohner gehen die Tage gemütlich in den Ferienwohnungen an. Doch bald soll es auf Dorfboden mehr Arbeit geben. Ernst Mathieu zeigt auf die Terrassen, die heute nur noch Brachland sind und Gämsen oder anderem Wild zum Herumtollen dienen. «Hier, wo einst Kartoffeln und Roggen angepflanzt wurden, finden hoffentlich bald Damaszener-Rosen, Hagebutten und Sanddorn fruchtbaren Nährboden». Mathieu hat mit kleinen Pflanzen ganz Grosses vor. Drei Grossscheunen würden sich ideal zur Bearbeitung anbieten.

Vom Astrophysiker Martin Gerber hat er in dessen Flow-Entscheidungsfindungskursen gelernt, die Bedeutung der Dinge nicht nach dem Gewicht oder der Grösse zu messen, sondern nach deren Gewichtung. Demzufolge sagt Mathieu: «Auch im Kleinen kann Grosses verborgen liegen.» Mathieu entflammt beim Reden, er spinnt seine Gedanken beim Gang durchs Dorf weiter. «Auch Maultiere, Bienen und allenfalls gar ein Wildpark fänden hier genügend Platz!»

### Das Dorf wird zum Hotel

Und auch Touristen könnte man vermehrt nach Albinen locken: Was, wenn das Dorf zum Hotel würde? Nein, nicht so wie in Andermatt oder in Crans-Montana, wo man ein Überangebot schaffe und klotze. Mathieu schwebt eher Qualitätstourismus vor, «customized», um einen neudeutschen Ausdruck zu gebrauchen: auf die Bedürfnisse des Einzelnen angepasst. Er zeigt einen zum Museum bereits umgebauten Stadel, in dem man einen Einblick in ein vergangenes Bergbauernleben erhält. In Weinkellern lässt es sich kühl sitzen und Spitzenweisswein verköstigen.



«Wir Walliser müssen uns wieder darauf besinnen, unsere Trümpfe gut zu verkaufen», sagt der ehemalige Marketingmann. Das Kapital sei die Landschaft, aber dafür könne man nichts, die Berge und Täler habe man hier in den Schoss gelegt bekommen. Er spricht erneut von «Glück». Entscheidend sei, dass man Service und Freundlichkeit entwickle und die Gäste pflege. Und nicht ausschliesslich, wie fast alle anderen im Wallis, auf den Skizirkus setze. Dann nimmt Ernst Mathieu genüsslich einen Schluck Petite Arvine, das Wasserglas bleibt unberührt. Seine Augen leuchten, aus Begeisterung vor der Zukunft.

### Festreigen im Mai 2015

Und morgen will er sich wieder stark machen für seinen CURADEN-Partner im Unterland. Aber vorerst heisst es nochmals Prosit! Weil ein richtiger Walliser immer gerne feiert, steht bereits das Datum für einen dreitägigen Festreigen: Mai 2015. Auf dass es bis dahin reichlich spriesse und blühe ...

### Ernst Mathieu hat den Schlüssel zum perfekten Tagesausflug:



«Sie wachen im neuen Dorfhotel von Albinen auf, etwa im renovierten Stadel von Ueli Breitschmid, und stärken sich mit Blick ins Rhonetal. Zu Fuss geht's über den felsigen Saumpfad und via Leitern nach Leukerbad, danach gilt es beim Klettersteig in Gemmi Geschicklichkeit zu beweisen. Es folgt ein währschafter Lunch mit Wolfgang Loretan im Berghotel Wildstrubel, dann lässt es sich wellnässig Abtauchen im Burgerbad oder in den Thermen des Lindner-Hotels. Mit dem Bus geht's retour nach Albinen, auf der Terrasse des Zukunftsstüblis lässt sich der Sonnenuntergang bei einem Fläschchen Petite Arvine geniessen – danach schlafen Sie wunderbar. Albinen bietet bald Bergerferien pur!»





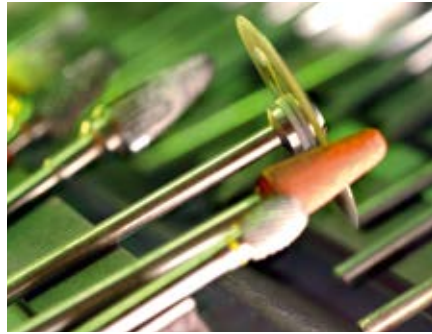
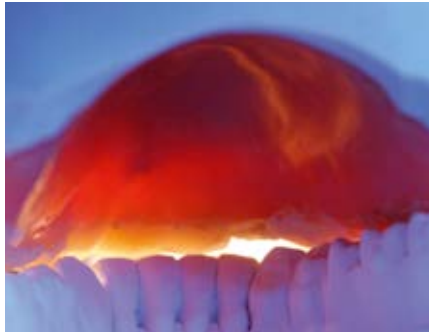
# Kunst von Handwerkern

Ueli Breitschmid nennt ihn den «berühmtesten Zahntechniker»: **Marco Camin**. Der Zürcher mit italienischen Wurzeln ist ein Mann der vielen Talente: Unternehmer, Politiker, Dozent, Arbeitsrichter – und wie Breitschmid Weinbergbesitzer.

«Wir vom Camin & Hari-Team verstehen uns als Handwerkskünstler mit grössten ästhetischen Ansprüchen.» Das sagt Miriam Camin mit einem charmanten Lächeln, ihr Mann Marco nickt zustimmend. Wer durch ihre Dentallabors im Zürcher Seefeld läuft, glaubt das sofort – denn da zeigt sich die Betriebsamkeit schon im Detail: Eine Vielfalt diverser Werkzeuge, Maschinen und Instrumente zeugen von regem Gebrauch, zahllose Objekte warten auf weitere Verarbeitungsprozesse, die «Jungmannschaft» arbeitet bienenfleissig. Doch wer sich die Produkte anschaut, der sieht sofort die Kunstfertigkeit.

Und die Nachhaltigkeit. Diese ist die USP des Camin-Labors, seit sich das Ehepaar nach den Studienzeiten und einigen Jahren als Angestellte selbstständig machte und 1989 sein eigenes Dentallabor gründete. Zur Eröffnung kamen rund 200 geladene Gäste, alles Freunde und Bekannte – und kein einziger Kunde. Anfangs lief es eher ruhig, da fand das Duo gar Zeit, eine Zeitung zu editieren: «Zahn der Zeit» hiess sie und war als Halbjahresperiodikum geplant. Mit viel Esprit und Humor wurde da der erste Alleingangsschreck weggeschrieben. →





### Wie die Zähne ...

Doch der Zahn der Zeit nagte schneller als erwartet, das Labor wuchs rasant, die Kundschaft machte fleissig Mund-zu-Mundpropaganda. Bis eine grosse Stammkundschaft da war. Heute arbeiten zehn Leute im modernen und aufgeräumten zahntechnischen Labor, das Ehepaar Camin ergänzt sich nach wie vor blendend: «Meine Frau Miriam ist die Ästhetin, ich bin der Technokrat», sagt Camin stolz. Das Camin & Hari -Team leistet hervorragende Arbeit, wie ein Beispiel zeigt: Eine der ersten Arbeiten war eine Maryland-Klebebrücke, die die Camins für einen jungen Mann hergestellt hatten. Er hatte sich an einer Bierflasche drei Zähne ausgebissen – er lächelt noch heute mit der Brücke. Seit 25 Jahren hält sie; das ist durchaus ausserordentlich!

### ... so der Wein

«Über die vielen Jahre bringe ich ein grosses Wissen über die Vielfalt der Suprastrukturen in der Implantologie mit. Entscheidend ist aber vor allem der Zustand des Knochens », erklärt Marco Camin. Das sei ein wenig wie beim Weinbau, wo die Erde massgeblich über den Gehalt des Weines entscheide. Und er muss es wissen, besitzt er doch schliesslich auf seinem Grundstück «Wonneberg» (das kommt von Wunn, wümmen, zu Deutsch Wein gewinnen) rund 5000 Rebstöcke, die er dem Winzer Nikola Zeljkovic zur naturnahen Produktion verpachtet. Dafür erhält Camin 80 Flaschen Zins pro Jahr: Gewürztraminer, Kerner und Räuschling, Gaumenfreuden und Sinneslust allesamt. Ausserdem macht der Vielseitige mit drei Kollegen ein Hopfengetränk, das naturtrübe «s Bier», von dem er zwischen 17 000 und 30 000 Flaschen pro Jahr braut.

### Mehr als 1000 Medienartikel

Marco Camin ist ein umtriebiger Mann, dem auch nach seiner knappen Niederlage 2013 gegen Richard Wolff in der Stichwahl um den Zürcher Stadtrat (Exekutive) keinerlei Ermüdungserscheinungen anzusehen sind. Vielmehr strotzt er vor Energie, und sportlich blickt er zurück: «Über 1000 Artikel sorgten für grosse Medienpräsenz, das war eine tolle Erfahrung.» Er wird gelobt als «gemütlicher und patriotischer Familienmensch und Gewerbler, der jedermann, egal welcher Couleur, viel Offenheit entgegen bringt». Und er sei vor allem sehr «verlässlich». Da kann seine Frau nur zustimmen: «Das stimmt, das ist mein Mann unbedingt.» Verlässlichkeit setzt Camin auch bei seinen Geschäftspartnern voraus, weshalb er sich für Ueli Breitschmids Gruppe entschied. «Wir orientieren uns an Qualität, Effizienz und Sympathie – da sind wir bei CURADEN und ihren Fachleuten bestens aufgehoben.»

### Ein Liberaler mit Werten

Camin ist selber ein Fachmann in vielen Belangen. Er hielt Fachreferate über Implantologie, oder zum Thema Inlay-Techniken (Feinhybrid-Füllerkomposit). Der vielsprachige Zürcher mit Wurzeln im Trentino (Italien) engagiert sich vielseitig im sozialen und gesellschaftlichen Bereich, so z.B. als Stiftungsrat ZSG (Zürcher Stiftung für Gefangenen- und Entlassenenfürsorge), ist Rotary-Mitglied und im Vorstand der kantonalen FDP. «Ich bin ein Liberaler, durch und durch.» Das beweist er auch dadurch, dass er zu seiner Belegschaft schaut: Freitags offerieren die Camins dem Team auch mal einen Apéro zum Start ins Wochenende, öfter laden sie auch zu einem BBQ im Garten. «Seit ich als Arbeitsrichter tätig bin, schätze ich ein gutes Arbeitsklima um so mehr. Dass die Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz Anerkennung bekommen und sich wohl fühlen, ist uns sehr wichtig.» Den Camins macht die Arbeit in ihrem Labor auch nach den vielen Jahren immer noch sehr viel Spass. Einzig die zunehmende Administration, einhergehend mit der immer grösser werdenden Bürokratisierung in der gesamten Medizinalbranche, kann einem die gute Laune manchmal schon verderben: die verschiedenen Ämter für Statistik, der Datenschutz, die Medizinalprodukteverordnung, der Sicherheitsbeauftragte, Zertifizierungen und vieles mehr, das nicht direkter Bestandteil für eine zahntechnische Rekonstruktion ist. «Dies ist nicht gerade die grosse Hilfe, die unsere Branche zur Zukunftsbewältigung bräuchte».

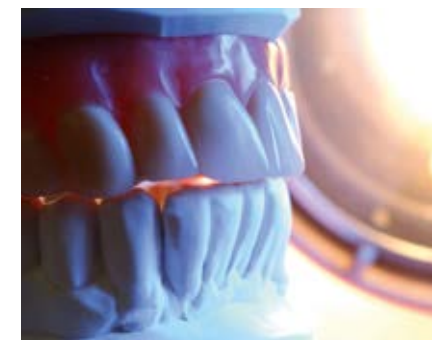
### Den Job wie Familie führen

Matchentscheidend für das Weiterbestehen vieler kleinerer Labors wird sein, dass viel politisches Engagement betrieben wird und dass die Zusammenarbeit innerhalb der ganzen Dentalbranche besser funktioniert. Kurzsichtiges Gärtchendenken bringt die Branche kaum weiter. Hat er ein Rezept, der Mann mit Blick nach vorne? – «Stolz gemeinsam an einem Strick ziehen», sagt Marco Camin. Familie, ob privat oder im Job, ist dem Chef das Nonplusultra. Klar, Camin ist ein Liberaler mit Werten.

[www.zahntechnik.ch](http://www.zahntechnik.ch)



Marco V. und Miriam Camin.





Buchtip

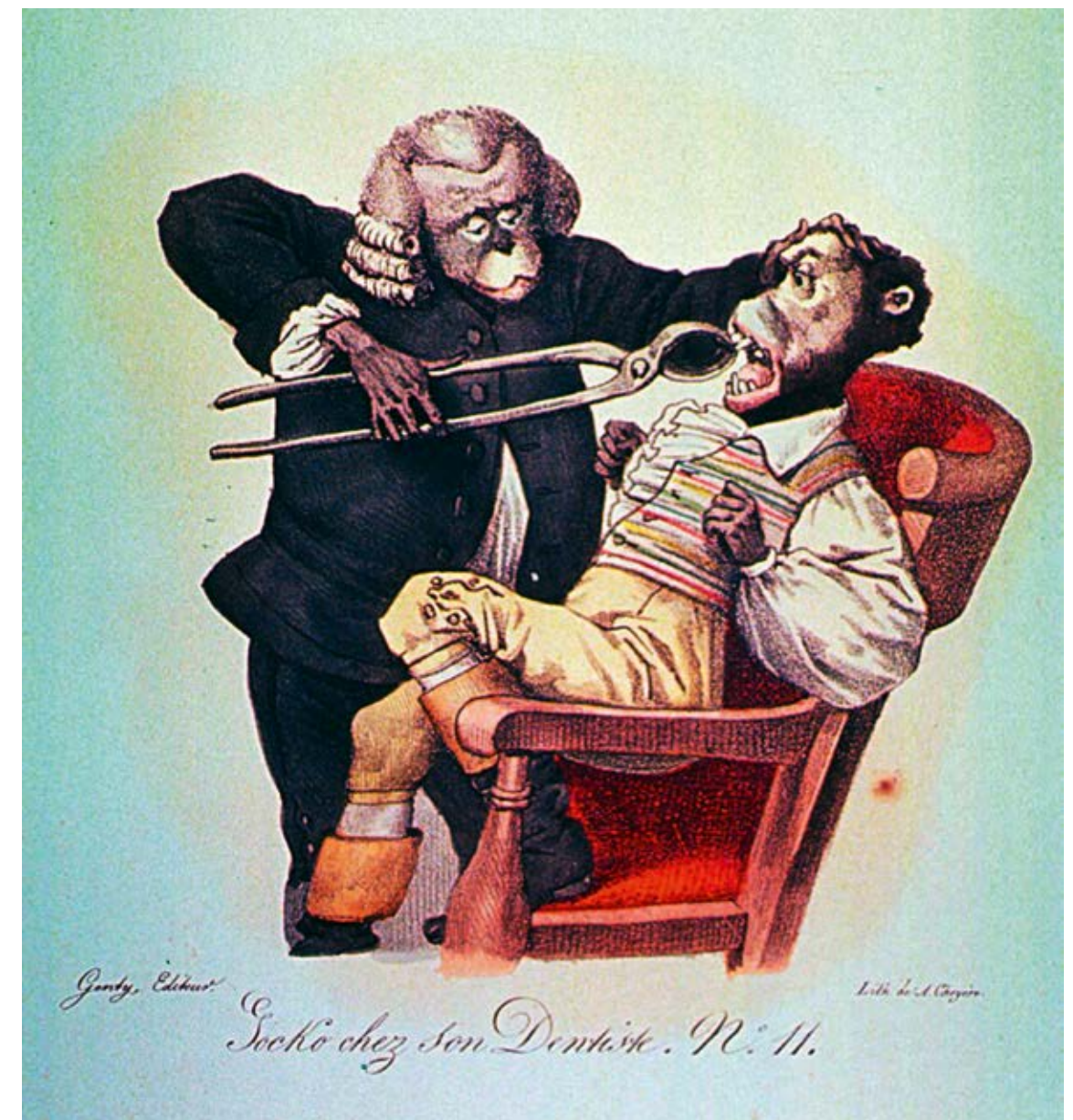


# Zahn macht Wahn – Beiss-Spiele

Sigmund Freud hat sich in den verschiedenen Auflagen seiner «Traumdeutung» mit Zahn-Träumen beschäftigt, die in vielen Traum-Studien um 1900 eine durchaus prominente Rolle spielen. Viele Wissenschaftler nahmen an, dass den Träumen somatische Ursachen zugrunde lagen, sogenannte Traumreize, die etwa von einer schmerzhaften Organempfindung ihren Ausgang nehmen und im Traum «dargestellt» wurden. Psychoanalytiker Freud hat sich mit dieser Theorie der Auslösereize kritisch beschäftigt und dabei, die Forschung resümierend, «äussere Sinnesreize», «innere (subjektive) Sinneserregung», «inneren, organischen Liebreiz» und «psychische Reizquellen» unterschieden.

Für Zahnträume macht Freud, ganz dem sexuellen Aufdeckungs-Eifer der Zeit von 1900 geschuldet, eine typische Verschiebungsachse aus, nämlich von «unten nach oben», also vom Genitalbereich in den Gesichtsbereich. So können die Zähne, an denen im Traum Operationen vorgenommen werden, mit sexueller Lust, besonders mit Onanie verbunden sein. Die «Zahnreizträume», die er «bei meinen Patienten oft genug zu analysieren hatte», werden von Freud durchweg als Onanie-Darstellung entschlüsselt.

Charakteristisch ist, dass Freud die Deutung der Zahnextraktions-Träume als Masturbation nicht geschlechtsspezifisch reflektiert, obwohl in seiner Umgebung Sabine Spielrein geschrieben hatte: «Eine Frau erzählte mir, sie habe, während ihr in der Narkose ein Zahn gezogen wurde, von ihrer Entbindung geträumt. Es wundert uns nicht, wenn in den Träumen das Zahnausziehen als Symbol für Entbindung eintritt». Ist bei Freud das Zahn-Ziehen immer gleich männliche Onanie («sich einen ausreissen»), so deutet Spielrein die Entbindung als Extraktion und Kastration. →





## Wer weiss, welche unheimlichen Affekte, welche Träume, welche Wahngebilde aus den Zähnen kommen?

Wie immer es darum stehen mag: Man lernt daraus, dass generalisierende Deutungen von Symbolen nicht funktionieren können. Man sollte von einer grossen historischen, sozialen, geschlechtlichen und lebensgeschichtlichen Varianz der Symbolik von Zähnen ausgehen. Zähne «bedeuten»; aber was sie bedeuten, ist nur durch sorgsame Kontextermittlung herauszufinden.

Die Fixierung auf die Gleichung: Zahnextraktion = Onanie, die in den Zahnverlust-Träumen zentral sein soll, leuchtet heute nicht mehr ein und kann allenfalls als charakteristisch für eine Zeit von intensiver Sexualzensur durchgehen. Umgekehrte Symbolisierungen, nämlich dass z. B. heftige dentale Aggressionen gegen eine geliebte Bezugsperson in einer ganz anderen Sphäre zur Darstellung kommen, werden von Freud gar nicht erst erwogen.

Man musste auf Melanie Klein warten, die in der Analyse von Kleinkindern die orale Wut entdeckt hatte – und dazu gehört auch der destruktive, zerfleischende, stets kannibalische Einsatz der Zähne gegen die geliebte Mutter oder eine andere Bezugsperson. Ich erinnere mich an ein Spiel, das ich mit meinen Töchtern gelegentlich spielte: Ich hielt ihnen meine «Maus» hin, jenen kräftigen gewölbten Muskel an der schmalen äusseren Handkante. Sie durften reinbeissen, immer stärker, bis es zu schmerzhaft wurde; dann betrachteten sie mit Befriedigung ihre Zahnabdrücke in meiner «Maus». Dieses Beiss-Spiel machte ihnen erkennbar Lust, und sie übten dabei die Balance zwischen «Doll-Beissen» und «Nicht-Verletzen», eine heikle Grenze in der Aggressionsdynamik. Sie machten Zahn-Erfahrungen – ich Schmerz-Erfahrungen.

Das nächtliche Zähne-Knirschen, sofern es nicht mit Stressproblemen des Vortages oder mit Biss-Problemen zusammenhängt, sondern tiefer mit der Person verbunden ist, stellt erhebliche therapeutische Probleme dar. Der Schlaf nämlich schützt das Knirschen. Es wird höchst selten vom Schläfer bemerkt und noch seltener im Traum repräsentiert. Da die Traum-Symbolisierungen des Knirschens fehlen, entfällt einer der Königswege der tiefenhermeneutischen Aufklärung über dieses ungeheuer kraftvolle Malmen, das die Zähne ruiniert.

Im notorischen Knirschen steckt eine rätselhafte Selbstschädigung – und hier würde die Psychoanalyse empfehlen, verstehen zu lernen, warum eine nach aussen gewendete Wut nach innen gerichtet wird, so dass sie die Form einer Auto-Destruktion annimmt. Wen möchte man zwischen die Zähne nehmen und zermahlen? Das ist schwer zu beantworten. Denn dort, zwischen den nächtlich mahlenden Zähnen, ist nichts: das Objekt ist abwesend. Es ist therapeutisch nicht einfach, zwischen die objektlos knirschenden Zähne, die nur sich selbst haben, ein Objekt sozusagen symbolisch einzuschieben, um es dann zu identifizieren und zu bearbeiten.

Wer weiss, welche unheimlichen Affekte, welche Träume, welche Wahngebilde aus den Zähnen kommen?

### Hartmut Böhme – «Sigmund Freud: Zähne machen Träume»

Aus: Hartmut Böhme / Beate Slominski (Hrg.): «Das Orale», Wilhelm Fink Verlag, Paderborn (D), 348 Seiten mit Illustrationen





# Die Breitschmids

## Die starke Frau dahinter

**Erika Breitschmid** (geb. 1955) ist seit 2003 im CURADEN-Verwaltungsrat und auf Abruf in der Personalrekrutierung tätig. Zum Ausgleich arbeitet sie oft im Garten und kocht gerne.

«Seit unsere vier Töchter aus dem Haus sind und ich nicht mehr in der Schulpflege in Meggen bin, habe ich mehr Zeit. Die nutze ich gerne im Familienbetrieb. Viermal im Jahr gebe ich mit einem kleinen Redaktionsteam für unsere Mitarbeitenden in den Schweizer Betrieben einen Newsletter heraus. Mich interessieren Gesundheit, die Dentalbranche und natürlich die Firma meines Mannes Ueli – wenn ich ihm bei der Entscheidungsfindung helfen kann, umso besser. Hinter jedem starken Mann steht ja vielleicht doch meistens eine starke Frau.»



## Supervisorin mit Spielplatz



**Christine Breitschmid** (geb. 1985) betreut seit Ende 2012 CURAPROX in Frankreich. Sie ist im Pfadivorstand und liebt Snowboarden. Zudem hilft sie bei der Organisation zweier Musik-Festivals in der Region mit.

«Ich versuche, unser CURAPROX-Geschäft in Frankreich zum Laufen zu bringen. Mit fünf Mitarbeitenden vor Ort will ich die französische Firma strukturieren, den Webshop einrichten und das Marketing aufgleisen. Ich bin eine Art Supervisorin und schaue, wie dieser noch unaufgeräumte <Spielplatz> sich entfaltet. Zudem organisiere ich für Studenten europaweit Infocamps und Events. Damit diese dann als Botschafter oder Trendscouts in die weite Welt hinaus gehen und von unserer CURAPROX-Qualität schwärmen. Bestes Marketing!»



## Dompteurin im Flohzirkus

**Laura Breitschmid** (geb. 1987) organisiert seit zwei Jahren auf internationaler Ebene die iTop-Ausbildung. Sie unterhält in Luzern einen Kunstraum (sic-raum.ch), der an der Art Basel 2014 gastiert.

«Unser iTop, die individuell trainierte orale Prophylaxe, ist ein interessantes Konzept, das viel verändern kann. Weil die Idee einer konstruktiven statt destruktiven Zahnpflege äusserst sinnvoll, gesund und nachhaltig ist. Die meisten Menschen haben das Gefühl, dass sie ihre Zähne richtig hegen – doch das ist nicht so. Dafür motiviere und instruiere ich viele Zahnärzte und Dentalprofis gern in der richtigen Pflege! Ich bin leidenschaftlich und mit grossem Spass dabei – oft sehe ich mich als Dompteurin in einem wahren <Flohzirkus>.»



## Autodidaktische Winzerin

**Nora Breitschmid** (geb. 1989) ist seit 2011 als Rebstock-Pflegerin beim Familienweingut Sitenrain in Meggen angestellt. Die Sportskanone liebt Wandern, Schneeschuhlaufen, Tanzen und Yoga.

«Ich bin die rechte Hand von Winzer Benno Schwager und pflege mit ihm den Weinberg von Papa Ueli. Das ist meine Passion, weil ich als autodidaktische Winzerin so jeden Tag dazulernen. Zudem kann ich mich auch noch um das Biogemüse und die Hühner sowie deren Bioeier auf dem Gut kümmern. Das ist ein guter Ausgleich zu meinen Studien: An der Hochschule für Wirtschaft lerne ich Marketing und Kommunikation. Damit wir unseren tollen Weisswein <Solaris> bald noch besser verkaufen können! Er schmeckt wunderbar. Prost!>»





## Nah an Natur und Kunden



**Carla Breitschmid** (geb. 1993) geht ihrer Schwester Nora beim Weinbau zur Hand. Nach einem Zwischenjahr will das Sprachtalent noch mehr lernen: Sie träumt von einer grossen Südamerikareise.

«Im Weinberg bin ich nahe an der Natur, wenn ich meiner Schwester Nora helfe. Nebenbei mache ich auch noch die Auslieferung und lerne so die Kundenpflege kennen. Und unser Wein ist ja sehr erdig. Ich arbeite am liebsten mit den Händen, was ich während Schnupperwochen bei einem Steinmetz, in einer Goldschmiede oder mit einem Möbelrestaurator pflegen konnte. Ich will bewusst leben und konsequent handeln, das lerne ich im väterlichen Betrieb. Und auch in der Pfadi, wo mir vor allem das Teamwork gefällt.»

## Der Herr der fünf Damen



**Ueli Breitschmid** (geb. 1945) ist der Doyen der Breitschmid Unternehmen, die um seine Leidenschaften herum – Dentalgeschäft, Wein, Beizen – zu einem heterogenen Konglomerat wuchsen. Stolz ist er, seine Frau und vier Töchter in seine Betriebe einzubinden.

«Mein Beruf ist mir Berufung, seit ich im Jahre 1966 in der CURADEN-Firma zu arbeiten anfang. Und da mein Motto <Leben ist Sammeln> lautet, ist es nur logisch, dass ich nebst den Dentalgeschäften auch noch Weingüter in Meggen, Sizilien und bald Spanien sowie fünf Restaurants und ein Hotel betreiben lasse. Ich bin stolz, rund 200 Angestellten Lohn bezahlen zu dürfen und Produkte in rund 40 Länder vertreiben zu dürfen. Und es darf ruhig immer mehr werden, ich will noch lange als Begeisterter, Vorbild, Macher und Unternehmer aktiv bleiben. Und mit meinen fünf Damen Family Business betreiben.»



curaden  
dentaldepot

curaden  
academy

#### Impressum

Herausgeber:  
CURADEN AG  
Amlehnstrasse 22  
6011 Kriens

Konzept:  
Max Wettach

Layout/Grafik:  
Max Wettach

Textredaktion:  
Mathias Haehl

Texte:  
Mathias Haehl

Fotos:  
Lorenz Richard, Zürich  
Markus Lamprecht  
Mathias Haehl  
zVg

Fotos swiss smile Seite 38  
Besten Dank an Boffi Studio Luzern  
[www.boffi-luzern.ch](http://www.boffi-luzern.ch)

© by CURADEN International AG,  
Schweiz, 2014

CURADEN AG  
Dietikon:  
Riedstrasse 12  
8953 Dietikon

Praxis:  
T 0800 55 06 10  
F 0800 55 07 10

Labor:  
T 0800 33 68 25  
F 0800 33 68 26

Kriens:  
Amlehnstrasse 22  
6011 Kriens

T 041 319 45 50  
F 041 319 45 90

CURADEN IT Solutions AG  
Amlehnstrasse 22  
6011 Kriens

T 041 267 67 70  
F 041 267 67 00

CURADEN SA  
13, ch. de la Gottrause  
1023 Crissier

T 021 633 24 04  
F 021 635 15 45

CURADEN AG  
Centro 2000  
6595 Riazzino

T 091 850 54 10  
F 091 850 54 29

CURADEN AG  
Lehenmattstrasse 252  
4052 Basel

T 061 263 05 70  
F 061 263 05 73

CURADEN AG  
Riedstrasse 12  
8953 Dietikon

T 041 319 45 88  
F 0800 55 07 10

[www.curaden.ch](http://www.curaden.ch)

CURAPROX

MIND THE GAP!

Da stehst du. Jeden Morgen. Jeden Abend. Mit deiner Zahnbürste und deiner Zahnpasta. Du schrubbst. Und der Schaum rinnt dir von den Lippen über das Kinn. Was der Tag wohl bringt? Die Nacht erst? Curaprox sagt dir: Schrubbe nicht. Schäume nicht. Übers Zähneputzen gibt es mehr zu wissen, und dieses Wissen wird dich wirklich lächeln lassen – ein Leben lang: **Mind the Gap** auf [www.curaprox.com](http://www.curaprox.com)

 **SWISS PREMIUM ORAL CARE**









# curaden

[www.curaden.ch](http://www.curaden.ch)