

ATLAS

Das Magazin von Gebrüder Weiss
The Gebrüder Weiss Magazine

Ausgabe 25 2026
Issue 25 2026

Es funktioniert!
It works!



Rezepturen, die im Alltag funktionieren

Astrid von Stockar, CEO der SWISSDENT Cosmetics AG, über Wirksamkeit, Qualität und Vertrauen



Zahnpasta wirkt auf den ersten Blick wie ein einfaches Alltagsprodukt. Wie ist bei SWISSDENT die Idee entstanden, daran etwas ganz anders zu machen – und warum funktioniert dieses Konzept so gut?

Die Zahnpasta in der Tube setzte sich nach dem Zweiten Weltkrieg weltweit durch. Die Rezeptur beruhte auf dem Grundprinzip, Essensreste und Bakterienbelag mithilfe von mineralischen Schleifstoffen wortwörtlich wegzuschrubben. Dabei wird jedoch immer auch eine Schicht des Zahnschmelzes abgetragen. Das einzig Weiße an den Zähnen ist aber diese dünne Zahnschmelzschicht, das Zahnbein darunter ist gelb. Deshalb erscheinen die Zähne älterer Menschen oft gelblich, weil unter anderem nach der langfristigen Nutzung stark abrasiver Zahnpflegeprodukte irgendwann das gelbe Zahnbein durch den zunehmend dünner werdenden Zahnschmelz schimmert. Die Erfindung von SWISSDENT war es, eine nicht abrasive Zahnpasta herzustellen, die mithilfe von Fruchtenzymen die Zähne sanft reinigt und in einem patentierten Verfahren den Zahnschmelz wieder aufhellt. Die Herstellung ist sehr komplex, und wir vermeiden unnötige schäumende Inhaltsstoffe, die bei empfindlichen Menschen Reizungen oder Unverträglichkeiten auslösen können.

Wie ist aus der ursprünglichen Idee von SWISSDENT ein international erfolgreiches Unternehmen geworden? Und woran er-

A formula for everyday life that works

Astrid von Stockar, CEO of SWISSDENT Cosmetics AG, shares her thoughts on effectiveness, quality, and trust

Toothpaste would initially appear to be a simple everyday product. How did SwissDent come up with the idea of taking it in a different direction – and why does its approach work so well?

Toothpaste in a tube became a staple of daily life around the world in the years after the Second World War. Its formula was rooted in the basic principle of using mineral abrasives to literally scrub away food residues and bacterial deposits. However, this process also removes a layer of the tooth's enamel. The only white part of a tooth is its enamel; the dentin beneath it is yellow. That's why old people's teeth often look kind of yellow – because long-term use of stark abrasive oral care products, among other things, can cause the yellow dentin to show through the ever-thinning enamel. This prompted SwissDent to invent a non-abrasive toothpaste, which uses fruit enzymes to clean teeth gently and a patented process to brighten the enamel up again. This toothpaste is very complex to produce, and we avoid unnecessary foaming agents, which can trigger irritation or intolerance in people with certain sensitivities.

How did an internationally successful company emerge out of SwissDent's original idea? And how can you tell that your products are working?

SwissDent was founded over 20 years ago when Swiss dentist Dr. Vaclav Velkoborsky had a light-bulb moment regarding the secret of good toothpaste – and realized there weren't any products on the market that had low abrasion and genuinely protected the enamel of the tooth. Following several years of research and development, the initial SwissDent Extreme formula was patented, and around 20 years ago SwissDent Cosmetics AG was established with its HQ in Zürich. Scientific studies can provide confir-

kennen Sie, dass Ihre Produkte funktionieren?

Am Anfang von SWISSDENT stand vor über 20 Jahren die Erkenntnis des Schweizer Zahnarztes Dr. Vaclav Velkoborsky, wie eine gute Zahnpasta eigentlich sein sollte – und dass es damals keine Produkte mit niedrigem Abrasionswert gab, die den Zahnschmelz wirklich schonten. Nach mehreren Jahren Forschung und Entwicklung wurde die erste Rezeptur von „SWISSDENT Extreme“ patentiert, und vor rund 20 Jahren entstand die SWISSDENT Cosmetics AG mit Sitz in Zürich. Aber auch wenn Universitätsstudien die Wirksamkeit bestätigen, entscheidet am Ende erst der Markt, ob ein Produkt bei den Menschen ankommt – das ist die Feuertaufe. Dass SWISSDENT heute in über 40 Ländern vertreten ist und jährlich zwischen 10 und 20 Prozent wächst, sehen wir als wichtigen Beleg dafür, dass die Rezepturen im Alltag funktionieren. Nach und nach kamen weitere Patente zur Remineralisierung und zum Aufbau des Zahnschmelzes hinzu und so ist eine Produktpalette entstanden, die einem gemeinsamen Prinzip folgt: schonende Aufhellung bei gleichzeitiger Pflege.

Welche organisatorischen und logistischen Voraussetzungen müssen im Hintergrund erfüllt sein, damit Ihre Produkte konstant hohe Qualität bieten?

Für uns beruht Qualität immer darauf, die Prozesse im Griff zu haben. Dazu gehört vor allem, die einzelnen Schritte der Produktionskette räumlich nah beieinander zu halten, um sie kontinuierlich überprüfen und die Qualität sichern zu können. Auch eine perfekt funktionierende Logistik ist überlebenswichtig für uns – was nützen perfekt produzierte Produkte, wenn sie kaputt ankommen oder gar nicht erst ihr Ziel erreichen? Alle unsere Produkte sind 100 % made in Switzerland, mit kurzen Lieferwegen ins Lager von Gebrüder Weiss bei Basel. Von dort können wir die ganze Welt beliefern – bis zum Flughafen Zürich dauert es nur etwa 45 Minuten und in die EU ist es von Basel aus ein Katzensprung.

Was sind Ihrer Meinung nach entscheidende Faktoren für eine gute Zusammenarbeit mit Kunden, aber auch mit Dienstleistern – auch und gerade dann, wenn es komplex wird oder Abläufe nicht reibungslos funktionieren?

Eine klare und direkte Kommunikation ist für mich die wichtigste Grundlage einer guten Zusammenarbeit. Ich bin inzwischen auch immer mehr davon überzeugt, dass persönlicher Kontakt und gegenseitige Besuche in den Unternehmen nicht vollständig durch Mails und Videokonferenzen ersetzt werden können – wie man das

mation that a product is effective, but ultimately it is the market that decides if it will be widely popular and commercially successful; that's the real moment of truth. Today, SwissDent is represented in more than 40 countries, with annual growth between 10 and 20 percent. For us, this is important evidence that our formulas work in real-world use. We have gradually acquired additional patents covering the remineralization and build-up of enamel, resulting in the development of a product range guided by a shared approach: combining protective whitening and day-to-day care.



What organizational and logistical elements need to be working away in the background for your products to offer a consistently high level of quality?

In our view, quality is always a reflection of how well processes are managed. Most significantly, this includes keeping the individual links in the production chain close to one another geographically to enable constant checks and quality assurance. Smooth-running logistics are also critically important for us; what use are sublimely manufactured products if they arrive damaged or don't reach their destination at all? All of our products are 100 percent "made in Switzerland" and offer the benefits of short delivery routes to the Gebrüder Weiss warehouse in Basel. From there, we can supply customers anywhere in the world. Zürich airport is just 45 minutes or so away and it's only a stone's throw from Basel to the border with the EU.

What do you see as the key factors in a good relationship with customers and service providers, especially when things get complicated or processes don't run smoothly?

In my opinion, clear and direct communication is the cornerstone of a good working relationship. I'm increasingly convinced that meeting partners

während der Covid-Pandemie zeitweise angenommen hat. Gerade wenn es komplex wird und Abläufe noch nicht reibungslos funktionieren, hilft es enorm, sowohl die Situation vor Ort zu kennen als auch die Menschen, die daran beteiligt sind. Das erleichtert es, Probleme schnell zu lösen.

Wie gehen Sie persönlich mit Störungen, Fehlern oder Reibung um?

Über 20 Jahre beim Schweizer Fernsehen als Produzentin, Moderatorin und Dokumentarfilmerin haben mich gelehrt, dass sich für die meisten Probleme Lösungen finden lassen. Wichtig ist dabei, positiv und lösungsorientiert zu bleiben und die Ruhe zu bewahren, damit der Kopf klar bleibt. Vor allem hilft es, nach vorn zu schauen und nicht in Gedanken bei dem zu verharren, was man im Nachhinein vielleicht anders gemacht hätte. Der anklagende Konjunktiv „Hätte ich doch ...“ bringt einen nicht weiter. Reibungen gehe ich nicht aus dem Weg – sie müssen angesprochen und geklärt werden.

Was haben Sie gelernt aus Dingen, die (zunächst) nicht so funktioniert haben wie ursprünglich gedacht?

Grundsätzlich versuche ich, offen zu bleiben für neue Lösungen und Ideen. Aber manchmal muss man etwas abbrechen, obwohl viel Zeit und Energie darin steckt. Nicht alles lässt sich mit positivem Denken lösen.

SWISSDENT

Die SWISSDENT Cosmetics AG mit Sitz in Zürich wurde 2006 vom Schweizer Zahnarzt Dr. med. dent. Vaclav Velkoborsky gegründet. Ausgangspunkt war eine Beobachtung aus der Praxis: Viele Methoden zur Zahnaufhellung führten zwar zu schnellen Ergebnissen, gingen aber mit Überempfindlichkeit und Schäden am Zahnschmelz einher. Velkoborsky begann deshalb 2005 mit der Entwicklung einer Zahnpasta, die reinigen, mineralisieren und zugleich schonend aufhellen sollte. Die daraus entstandene, patentierte Rezeptur bildet bis heute die Grundlage der Produktentwicklung. Seit 2016 wird das Unternehmen von CEO Astrid von Stockar geführt, die seit 2019 Mehrheitsaktionärin ist.

Zahnpasta

Zahnpflege ist vermutlich so alt wie die Menschheit selbst. Schon in frühen Kulturen wurden Zähne mit Asche, Kreide, Kräuterpulvern oder Kaustöcken gereinigt. Moderne Zahnpasta entstand erst im 19. Jahrhundert, als die cremigen Rezepturen in Tuben abgefüllt werden konnten. Sie kombinierten reinigende Substanzen mit pflegenden Inhaltsstoffen und machten Zahnpflege einfacher und hygienischer. Heute wird Zahnpasta weltweit täglich von Milliarden Menschen verwendet – unabhängig von Kultur, Lebensstil oder Einkommen. Die Grundfunktion ist überall dieselbe: Feine Putzkörper, Wirkstoffe und Trägersubstanzen arbeiten zusammen. Sie entfernen den Zahnbelag, stärken den Zahnschmelz, beugen Karies vor und unterstützen so die Mundgesundheit.

in person and visiting each other at our respective locations cannot be adequately replaced by the mails, messaging, and video calls on which we relied at times during the Covid-19 pandemic. When obstacles crop up or there are bumps in the road, it is incredibly helpful to be familiar with the situation on the ground at your partner companies and to have a solid relationship with the people involved. That all makes it easier to find the necessary solutions quickly.

How do you personally deal with setbacks, mistakes, and conflict?

More than 20 years of experience in Swiss TV as a producer, presenter, and documentary maker have taught me that solutions can be found for the majority of problems. The important thing is to be positive, maintain your focus on remedying the situation, and stay calm – which will help you keep a clear head. It is particularly helpful if you can look ahead and not dwell on what you might have done differently, with the benefit of hindsight; “coulda, woulda, shoulda” won’t get you very far. I don’t shy away from conflicts – they need to be addressed and resolved.

What have you learned from things that (initially at least) did not work out as originally planned?

As a rule of thumb, I try to be as open as possible to new solutions and ideas. But sometimes you have to put the brakes on something, even if you’ve already invested a lot of time and energy in it. Not everything can be solved by the power of positive thinking.

SWISSDENT

SWISSDENT Cosmetics AG based in Zürich, Switzerland was founded in 2006 by Swiss dentist Dr. Vaclav Velkoborsky. The spark was provided by a real-life observation: many of the available teeth-whitening methods had rapid results, but also side effects including hypersensitivity and damage to enamel. This prompted Velkoborsky, in 2005, to initiate development of a toothpaste that could clean, mineralize, whiten, and protect teeth all at the same time. The result was a patented formula that still underpins the development of the company’s products to this day. Since 2016 the company has been headed by CEO Astrid von Stockar, who has also been the majority shareholder since 2019.

Toothpaste

Oral care products are reputedly as old as humanity itself. Back in the days of ancient cultures, people were using ash, chalk, herbal powders, or chewing sticks to clean their teeth. It wasn’t until the nineteenth century that modern toothpaste arrived in the form of creamy formulas stuffed into tubes. They combined cleansing agents with protective ingredients and made looking after your teeth simpler and more hygienic. Today, toothpaste is used by billions of people across cultures, lifestyles, and income groups every day. Its underlying role is the same the world over: to ensure fine cleaning agents, active ingredients, and carrier substances work together to remove plaque, strengthen enamel, prevent tooth decay – and, in so doing, improve our oral health.