

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort von Prof. Dr. Michael Braungart</b> .....	11
<b>Einführung</b> .....	13
Mehr als eine Produktgeschichte .....	14
Leseanleitung .....	16
Ein persönlicher Erfahrungsbericht .....	16
<b>TEIL 1: Die Anfänge: Erfolg hat viele Mütter und Väter</b> .....	19
<b>1 Die Anfänge</b> .....	21
1.1 Quereinsteiger mit Fantasie und Mut .....	21
1.1.1 Mission erfüllt – doch war’s das schon? .....	22
1.2 Der Mann mit der Pille für die Zähne .....	23
1.2.1 Die magische 7 .....	23
1.2.2 Falsche Gewohnheiten – Die Herausforderung schlechthin .....	25
<b>2 Die Hauptperson: Die Pille</b> .....	27
2.1 Die Kopfgeburt .....	27
Interview mit Prof. Peter Gängler .....	28
2.2 Der erste Frontmann .....	36
Interview mit Dr. Hendrik Eifler .....	37
2.3 Der erste Denttabs-Produzent: Vom unhandlichen Granulat zur praktischen Denttabs-Zahnputztablette .....	40
Interview mit Burghard Burczyk-Adelsberger .....	40
<b>3 Nur die Harten kommen in den Garten – Der Selbsttest bei »brand eins«</b> .....	45
<b>4 Blut ist dicker als Wasser</b> .....	49
4.1 Familienbande – Sie lieben und sie hassen sich .....	49
Interview mit Matthias Kaiser, Geschäftsführer proDentum® .....	50
4.2 Der bekennende Vater und seine Tochter .....	57
Interview mit Emily Kaiser .....	58

<b>5</b>	<b>Money, Money, Money – Der Unternehmer, die Banken und andere Finanziers</b> .....	61
5.1	Banken – Fluch und Segen .....	61
	Interview mit Holger Kieser, Berliner Sparkasse .....	64
5.2	Nichts unversucht lassen: Rein in die Höhle der Löwen .....	69
<b>6</b>	<b>Die Kunden-Lounge</b> .....	71
6.1	Kunden – befreundete Kunden – Fans .....	71
	Die ersten Großkunden .....	71
	Interview mit Pia Resch, BIO COMPANY .....	73
6.2	Kundenbeziehungen aus Denttabs-Sicht .....	78
6.3	Axel Kaiser als Kunde .....	81
<b>7</b>	<b>Denttabs, das frühe Marketing und die Medien</b> .....	83
7.1	Frühes Marketing à la Denttabs .....	83
7.2	Allzeit bereit – Denttabs in den Medien .....	84
	<b>TEIL 2: Game-Changer: Unverpackt und plastikfrei</b> .....	87
<b>1</b>	<b>Verpackung zwischen Sinn und Unsinn</b> .....	89
1.1	Die Verpackung – Dein Freund und Helfer .....	89
1.2	Denttabs und die Entwicklung der Verpackung .....	90
<b>2</b>	<b>Unverpackt – ein neuer Hype?</b> .....	93
	Interview mit Milena Glimbovski .....	93
<b>3</b>	<b>Aller guten Dinge sind drei: Plastikdose – verpackungsfrei – plastikfrei</b> .....	97
3.1	Plastik ist das neue Rauchen .....	97
3.2	Die Denttabs-Tüte – Von »Kommt nicht in die Tüte« zum Star .....	98
3.3	Timing ist alles .....	100
	Interview mit Jürgen Müller, geschäftsführender Gesellschafter jura-plast GmbH .....	101

<b>TEIL 3: Nachhaltigkeitslounge: Nachhaltigkeit ist der King</b> .....	107
<b>1 Das Beste zuerst – Nachhaltigkeit wird belohnt</b> .....	109
1.1 Endlich auf dem Siegerpodest beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis .....	110
1.2 Die Laudatio .....	113
<b>2 Nachhaltigkeit erfordert Bewusstsein</b> .....	115
<b>3 Ursprung des Nachhaltigkeitsgedankens</b> .....	115
<b>4 Nachhaltigkeit, Globalisierung und Ethik</b> .....	117
4.1 Nachhaltigkeit global betrachtet .....	117
4.2 Nachhaltigkeit in Deutschland .....	118
4.3 Deutscher Nachhaltigkeitskodex .....	122
<b>5 Nachhaltigkeit in der Wirtschaft</b> .....	123
5.1 Wege von Unternehmen zur Nachhaltigkeit .....	123
5.2 Nachhaltigkeitsansätze .....	124
5.3 Nachhaltigkeit beim Denttabs-Großkunden dm-drogerie markt .....	126
Interview mit Dagmar Glatz .....	127
5.4 Nachhaltigkeit bei Denttabs im Unternehmensalltag .....	130
5.5 Noch mehr Nachhaltigkeit durch die umweltfreundliche Bambus-Zahnbürste .....	131
<b>TEIL 4: Erfolgsgeheimnisse</b> .....	133
<b>1 WERTE als Fundament</b> .....	137
<b>2 Einzelne Werte im Fokus</b> .....	139
2.1 Verantwortung .....	139
2.2 Leistung .....	141
2.3 Qualität .....	141
2.4 Erfolg .....	143
2.5 Wachstum .....	147
<b>3 Prinzipien</b> .....	151

<b>4</b>	<b>Vorbilder und Mentoren</b> .....	151
<b>5</b>	<b>Innovationslounge</b> .....	153
5.1	Was ist Innovation? .....	153
5.2	Innovationskompetenz .....	155
5.3	Innovationsverständnis von Denttabs .....	156
5.4	Innovationsfördernde Eigenschaften .....	156
<b>6</b>	<b>Mindset und Ansporn</b> .....	157
6.1	Fünfzehn Eigenschaften erfolgreicher Menschen .....	157
6.2	Der Blick hinter die Kulissen: Was macht Axel Kaiser aus? .....	158
6.3	Ansporn .....	162
<b>7</b>	<b>Vision, Überzeugung, Beharrlichkeit</b> .....	165
7.1	Ambitionierte und Unternehmer auf dem Weg zu neuen Geschäftsfeldern ....	165
7.2	Habe eine Vision – oder geht's auch ohne? .....	166
7.3	Dank Zufall zur Vision .....	168
7.4	Starte als Ignorant, doch lerne dazu .....	171
7.5	Überzeugungstäter haben mehr Erfolg als andere .....	172
<b>8</b>	<b>Überzeugung ohne Überzeugungskraft ist ein zahnloser Tiger</b> .....	177
<b>9</b>	<b>Sei beharrlich, doch reite kein totes Pferd</b> .....	179
9.1	Vom Nutzen und von der Grenze der Beharrlichkeit .....	179
9.2	Geht die Extrameile, es lohnt .....	180
<b>10</b>	<b>Unternehmerlounge</b> .....	183
10.1	Unternehmertum – Fluch und Segen .....	183
10.2	Die Meilensteine der Denttabs-Entwicklung .....	187
10.3	Networking- und Fan-Lounge .....	189
10.4	Man begegnet sich im Leben immer zwei Mal: Die neuen alten Mitstreiter .....	190
10.5	Der Mitgeschäftsführer .....	190
	Interview mit Dr. Martin Neubauer .....	190
10.6	Vom ersten Marketing-Support zur strategischen Geschäftsentwicklung ....	193
	Interview Jan Holtfreter .....	193

---

10.7	Gemeinsinn leben durch Verbandsarbeit .....	198
	Interview mit Katharina Reuter .....	199
10.8	Feine Fans – Mit Denttabs einmal um die Welt .....	201
10.9	Axel Kaiser und seine feinen Netzwerke .....	203
10.7	Gemeinsinn leben durch Verbandsarbeit .....	196
	Interview mit Katharina Reuter .....	197
10.8	Feine Fans – Mit Denttabs einmal um die Welt .....	199
10.9	Axel Kaiser und seine feinen Netzwerke .....	201
<b>TEIL 5: Rückblick braucht Ausblick .....</b>		<b>205</b>
Nachwort .....		209
Dank der Autorin .....		211
Zeittafel .....		213
Anhang – Begriffe .....		214
Quellen .....		219
<b>Die Autorin .....</b>		<b>221</b>