



Kleine Sensation in der Zahnmedizin: Golnar (l.) und Haleh Abivardi wollen Kinder den Zahnarztbesuch erleichtern

Foto: Anna-Tia Buss

# Abivardi-Schwwestern sorgen in den USA für Furore

Eine Aargauer Erfindung ermöglicht den Kampf gegen Karies, ohne dass ein Bohrer zum Einsatz kommt. In den USA wird sie bald grossflächig angewendet

Fabienne Riklin

Wird Zahnfäulnis entdeckt, folgt oft der Bohrer. Das müsste nicht sein. «Karies beginnt im Zahnschmelz und lässt sich in vielen Fällen auch ohne Bohren erfolgreich behandeln», sagt Dominik Lysek, Chemiker und Firmengründer von Curodont. Mit seinem Team in Windisch AG hat er eine Technologie gegen die Volkskrankheit entwickelt. Sie heisst Curodont Repair und kann von Karies befallene Zähne wiederherstellen. Sie wachsen sozusagen von innen her wieder nach.

Das ist eine kleine Sensation in der Zahnmedizin. «Bei Kariesbefall ist man lange davon ausgegangen, dass der kaputte Zahn nicht wiederherstellbar ist», sagt Lysek. Für ihn steht daher fest: «Der Bohrer sollte gerade bei Kindern das letzte Mittel sein.» Auch da die Füllung nur eine begrenzte Lebensdauer von durchschnittlich 10 bis 15 Jahren hat. Und bei der manuellen Kariesentfernung immer auch Zahnschmelz abgetragen wird.

Tatsächlich ist Curodont Repair nicht mehr ganz neu. Seit 2012 ist die Technologie in der Schweiz zugelassen, die Wirksamkeit in wissenschaftlichen Studien nachgewiesen.

## Abivardis wollen schmerzfreie Mundgesundheitsversorgung

Doch die Zurückhaltung unter den Praktikern ist gross. Das ist für die beiden wohl bekanntesten Zahnärztinnen der Schweiz, Haleh und Golnar Abivardi, unverständlich. Das Duo hat nach der Ausbildung in einer Schulzahnklinik gearbeitet und erlebt, wie gross gerade bei Kindern die Angst vor dem Zahnarztbesuch sein kann. «Die

schmerzfreie, nicht invasive Behandlung sollte die Regel sein», sagt Haleh Abivardi.

Ende vergangenen Jahres haben die beiden Schwestern die Medtechfirma Curodont übernommen und ihre neue Firma vVardis gegründet. Curodont ist nun als Forschungs- und Entwicklungseinheit unter der Leitung von Lysek und seinem Kollegen Michael Hug in vVardis integriert.

Mit vVardis mischen die beiden Frauen den Zahnarztmarkt erneut auf. Vor zwanzig Jahren haben sie dies mit der Gründung der Zahnarztkette Swiss Smile schon einmal getan. Vor vier Jahren verkauften sie die Kette an die Jakobs-Gruppe. Dann wurde es ruhiger um die Abivardis.

Mit vVardis wollen die beiden Mütter – Haleh hat vier Kinder, Golnar zwei – den Fokus auf schmerzfreie Mundgesundheitsversorgung legen, insbesondere für Kinder. «Karies ist trotz dem Einsatz von Fluorid weltweit die häufigste Krankheit mit schwerwiegenden Folgen, vor allem für Kinder. 95 Prozent aller Europäer sind betroffen», sagt Golnar Abivardi. «Wird Karies aber frühzeitig entdeckt und mit unserer Technologie behandelt, ist sie in 90 Prozent der Fälle heilbar.» Durch die bisher angewandte Fluoridbehandlung sei das unmöglich gewesen.

Die Zahnärztin Denisa Godenzi ist in ihrer schulzahnmedizinischen Tätigkeit auf ähnliche Werte gekommen. Allein 2017 hatte sie rund hundert Jugendliche mit Curodont Repair behandelt. Und zwar solche mit Kontaktkaries. Diese entsteht häufig bei Teenagern in deren Zahnzwischenräumen.

Sechs Monate nach der Behandlung stellte Godenzi auf den Rönt-

genbildern fest: Die Karies hat sich nicht weiter ausgebreitet, mancherorts gar zurückgebildet. Und nochmals sechs Monate später war bei 94 Prozent der Behandelten keine Karies mehr vorhanden, und die Zähne hatten sich remineralisiert, also neuen Schmelz gebildet. Godenzi sagt: «Früher war es bei beginnenden Läsionen lediglich möglich, die Zähne zu fluoridieren, abzuwarten und dann, wenn nötig, zu bohren.» Das sei unbefriedigend gewesen.

Und so funktioniert die neue Technologie: Die Zahnärztin träufelt einige Tropfen auf den beschädigten Zahn, lässt das Mittel ein paar Minuten einwirken, fertig. Curodont Repair besteht aus kleinen organischen Molekülen, die eine «intelligente Biomatrix» im Innern des Zahnschmelzes aufbauen. Diese führt Kalzium und Phosphat aus dem Speichel zu neuen Kristallen zusammen, wodurch sich neuer Schmelz bildet. vVardis vertreibt den Wirkstoff auch in Zahnpasten und Gels für daheim.

Einziger Nachteil: Die Behandlung ist nur in einem frühen Stadium von Kariesbefall möglich. Sobald «white spots», weisse Flecken im Schmelz, für den Zahnarzt oder die Dentalhygienikerin sichtbar sind, muss Curodont aufgetragen werden. Danach ist es zu spät.

Überzeugt von der Technologie aus der Schweiz ist das Care Quest Health Institute, der grösste Zahnversicherer der USA und Betreiber einer eigenen Zahnklinikette. In diesen Tagen hat vVardis die Zusage für eine Zusammenarbeit erhalten. Ab Januar kommt in sämtlichen Kliniken Curodont Repair zum Einsatz. Zuerst bei den über 37 Millionen Medicaid-versicherten Kindern. Danach auch

bei den über 100 Millionen Erwachsenen. «Wir sind stolz, dass unserer Technologie in den USA so viel Vertrauen entgegengebracht wird», sagt Golnar Abivardi.

## Dem Schweizer Verband fehlen «ausreichend belastbare Daten»

Doch warum harzt es in der Schweiz? Dem Verband der Zahnärzte fehlen «ausreichend belastbare Daten aus klinischen Studien». Und Hubertus van Waes, Leiter des Bereichs Kinderzahnmedizin am Zentrum für Zahnmedizin in Zürich, setzt nach wie vor auf Fluor. Er sagt: «Die Indikation für Curodont ist noch sehr eng, und solche beginnende Läsionen sind auch mit Fluoriden oft gut beherrschbar.»

Dank Fluorid-Zahnpasten haben die Löcher in Kinderzähnen drastisch abgenommen. Zürcher Schüler beispielsweise hatten 1964 im Schnitt rund zwölf kariöse Zähne. Über fünfzig Jahre später waren es noch 1,3 Zähne.

Denkbar ist aber auch, dass wirtschaftliche Überlegungen dahinterstehen. Eine Behandlung mit Curodont Repair kostet gemäss offiziellem Tarif rund 80 Franken. Bohren und Füllung belaufen sich dagegen rasch auf 150 bis 300 Franken.

Anja Wenger, Familienzahnärztin in Zumikon ZH, arbeitet seit Jahren mit Curodont Repair, vor allem bei Teenagern. Sie sagt: «Es braucht einen Paradigmenwechsel.» Zahnärztin zu sein bedeute heute, dafür zu sorgen, dass die Zähne der Patienten gesund bleiben, und nicht, zum Bohrer zu greifen. Damit dieses Umdenken stattfinden kann, müsste wohl eine Anpassung bei den Tarifen stattfinden.

## Büroh



Nach anderthalb Jahren Homeoffice beordern die US-Grossbanken ihre Angestellten eine nach der anderen zurück in die Büros. Um ihnen den Schritt zu erleichtern, begrüsst die Bank of America die Rückkehrer mit Luftballons. Goldman Sachs bot ihnen die Verpflegung gratis an. Am ausgefallensten ist jedoch der Londoner Ableger der Citigroup: Dort sollten junge Therapiehunde den Angestellten die Wiedereingewöhnung erleichtern. Von **Thomas Gottsteins** Credit Suisse ist nichts Ähnliches bekannt – obwohl das Personal der krisengeschüttelten Bank tröstende Welpen wohl mindestens ebenso nötig hätte.

Im Bemühen, als guter Arbeitgeber dazustehen, überbieten sich die Detailhändler. Für das jüngste Beispiel sorgt der Discounter Lidl unter seinem Schweiz-Chef **Torsten Friedrich**. «Lidl Schweiz schenkt Mitarbeitenden zum Jahresende Zeit mit ihren Liebsten», lässt er verlauten. Lidl lege grossen Wert auf die Zufriedenheit seiner Mitarbeitenden. Deshalb schliesse man am 24. Dezember fast alle Filialen bereits um 17 Uhr. Dass es sich dabei um eine Verschlechterung gegenüber früheren Bedingungen handelt, schreibt Lidl nicht. Denn schon vor drei Jahren hiess es: «Obwohl der 24. Dezember als normaler Werktag gilt, verzichten wir auf den Verkauf in den frühen Abendstunden und schliessen den Mitarbeitenden zuliebe bereits um 16 Uhr.»



Wer in Basel reich ist, der zeigt es nicht. Daher war es bei wohlhabenden Basler Familien lange Usus, kein Namensschild am Haus zu haben. Wer wissen musste, wo man wohnt, der wusste es sowieso. Und alle anderen mussten es nicht wissen. Dieser Geist lebt beim Pharmariesen Roche, der von den Erbenfamilien um **André Hoffmann** kontrolliert wird, weiter. Denn als das Unternehmen anlässlich des 125-Jahr-Bestehens diese Woche eine grosse Licht-Show an die Fassade seines Büroturms projizierte, war es das erste Mal, dass das Firmenlogo am Gebäude zu sehen war. Ansonsten verzichtet Roche darauf, sein Emblem anzubringen. Schliesslich weiss man auch ohne Logo, wem die beiden Wolkenkratzer gehören.

Die Onlinebank N26, die auch in der Schweiz aktiv ist, hat einen neuen Chefwerber angeheuert: Es ist **Kai Heuser**, der zuvor Werbung für die Baumarktkette Hornbach entwarf. Dabei errang er mit der Erfindung des «Hornbach-Hammers» Kultstatus. Dafür liess Heuser 7000 Hammer aus dem Stahl eines ausgemusterten Schützenpanzers giessen. Trotz des hohen Preises von 25 Euro waren die Hammer aus Panzerstahl schnell ausverkauft – und in aller Munde. N26 dagegen macht vor allem bisher Schlagzeilen, weil die Bank ständig Ärger mit der Finanzaufsicht hat. Um es mit einem anderen Werbespruch von Hornbach zu sagen: «Es gibt immer was zu tun.»



**Peter Spuhlers** Stadler Rail will die Spitze ihrer Unternehmenskommunikation neu besetzen und hat dafür am Samstag über eine Agentur ein Inserat veröffentlichen lassen. Darin versucht sie gar nicht erst, dem Anspruch der weiblichen Hälfte der Gesellschaft auf Repräsentation gerecht zu werden. Auch auf Gendersternen oder -doppelpunkte verzichtet Spuhler. Man suche einen «Leiter Group Communications», steht da bloss. Damit allen klar ist, dass sich auch Frauen bewerben dürfen, ist glücklicherweise ein «Dame oder Herr» angefügt.