copyright by all rights reserved Quintessenz

Green Innovation, die Wirkung zeigt: Wie Natch die Zahnpflege neu denkt

Gesundheit beginnt im Mund – und Wandel beginnt mit Mut

In einer Zeit, in der sich die Medizin weiterentwickelt, Technologien voranschreiten und Nachhaltigkeit in aller Munde ist, bleibt ein Bereich erstaunlich unbewegt: die Zahnpflege. Zwar gibt es neue elektrische Zahnbürsten, „Whitening"-Trends und ein wucherndes Angebot in Drogeriemärkten – doch wer einen ehrlichen Blick auf die Inhaltsstoffe und Umweltbilanzen vieler Produkte wirft, erkennt schnell: Hier wird zu wenig hinterfragt.

Ein Berliner Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, das zu ändern: Natch. Der Name steht für eine neue Generation Zahnpflege. Für eine klare Haltung. Und für ein Versprechen: Zahnpasta-Tabs, die Gesundheit, Wissenschaft und Nachhaltigkeit in Einklang bringen – ohne aggressive oder fragliche Inhaltsstoffe. Ohne Plastik. Ohne Kompromisse (Abb. 1).

Abb. 1 Natch Postbiotika.

Interview mit den Gründern von Natch: Norbert Richard Meinike & Heber Gonzales (Abb. 2)

Wie kam es zur Gründung von Natch?

Norbert Richard Meinike: Wir wollten eine Zahnpasta entwickeln, die man theoretisch sogar essen könnte. Ohne fragliche Inhaltsstoffe. Und mit allem, was wirklich hilft, ganz natürlich. Gesund beginnt im Mund – das war unser Startpunkt. Und unser Ziel war klar: Ein Produkt, das wirkt, gut schmeckt, sexy aussieht und dabei einen gesünderen und nachhaltigeren Lebensstil unterstützt.

Was unterscheidet Natch von anderen Zahnpasta Tabs?

Heber Gonzales: Wir haben vor dem Launch eine sehr intensive Marktanalyse gemacht – inklusive zahlreicher Umfragen. Viele Zahnpasten und auch Tabs am Markt hatten Schwächen: fragliche Inhaltsstoffe, mäßiger Geschmack, geringe Schaumbildung, unangenehme Konsistenz, Fluorid, Plastikverpackung. Mit Natch haben wir diese Punkte adressiert. Unsere Tabs kombinieren Geschmack, Wirkung und Nachhaltigkeit – natürliche Inhaltsstoffe. Und: Wir bieten unterschiedliche Wirkungsformeln – ein echter USP im Markt.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit für euch – insbesondere mit Blick auf Zahnarztpraxen?

Norbert: Unser Fokus liegt auf Gesundheit, aber Nachhaltigkeit ist bei uns selbstverständlich mitgedacht. Die Zahnmedizin kann einen riesigen Beitrag leisten: Jährlich werden 20 Mrd. Plastiktuben und Zahnbürsten produziert und landen im Müll, in Meeren und Flüssen – mit enormen ökologischen Folgen. Unsere Tabs sind nicht nur plastikfrei, sondern auch praktisch in der Anwendung und Lagerung. Für moderne Praxen, die Haltung zeigen wollen, ist Natch ein logischer nächster Schritt.

Wie entstehen eure Rezepturen?

Heber: Wir arbeiten mit einem Team aus Wissenschaftlern/-innen und Bioche-

copyright by all rights reserved

Das ist Natch

- Screaming Polar Bear: erfrischende Bio-Pfefferminze für maximale Frische
- So Black, So White: aufhellende Aktivkohle mit Detox-Effekt
- Dr. Shaman: Eichenrinde, Ingwer, Nelke, Arginin gegen Entzündung
- Wake-up Call: zeremonieller Matcha – Wachmacher mit Spearmint & Ylang-Ylang
- Tooth Monster (Kids): Bubblegum-Geschmack mit sicherem HAP-Schutz
- Prof. Dr. Shaman: Postbiotika für empfindliches Zahnfleisch und ein ausgewogenes Mikrobiom
- Boombastic Mouthwash Tabs: Frische, Regeneration und Mikrobiom-Balance in einer wasserlosen Mundspülung
- Der Natch-Zungenkratzer aus 100 % hochwertigem Kupfer hilft, Bakterien, Nahrungsreste und Toxine im Mund zu reduzieren.

Abb. 2 Norbert Richard Meinike und Heber Gonzales vereint die Vision, Zahnpflege neu zu denken – für Mensch, Praxis und Planet.

mikern/-innen, die unsere Formeln auf Herz und Nieren prüfen. Jede Formel entwickeln wir in Berlin und durchläuft einen aufwendigen Prozess – mit Fokus auf Wirksamkeit, Sensorik und Verträglichkeit. Dabei kombinieren wir moderne Forschung mit uraltem Wissen über Heilpflanzen und natürliche Mineralien. Alle Inhaltsstoffe sourcen wir selbst mit hohem Qualitätsanspruch und liefern diese dann an unseren Hersteller.

Was bedeutet Design für euch – auch im Kontext Praxisalltag?

Norbert: Design ist für uns mehr als Ästhetik. Es ist Kommunikation und Beziehungsaufbau. Unsere Produkte sehen nicht nur gut aus, sie erzählen eine Geschichte – über Wandel, Haltung und Wertschätzung. Gerade im Praxisumfeld schafft das Vertrauen und weckt Interesse. Die meisten Patienten/-innen greifen lieber zu etwas, das modern aussieht und sich hochwertig anfühlt – das steigert auch die Beratungsqualität.

Euer neuester Durchbruch heißt Postbiotika. Was steckt dahinter?

Heber: Die Forschung rund ums Mikrobiom hat in den letzten Jahren einen Quantensprung gemacht. Postbiotika sind bioaktive Wirkstoffe, die während der Fermentation von Probiotika entstehen. Sie sind extrem stabil, wirken entzündungshemmend und helfen, das Gleichgewicht der Mundflora zu erhalten. Unsere neuen Produkte – Prof. Dr. Shaman und Boombastic Mouthwash – bringen diesen wissenschaftlichen Fortschritt in die Zahnpflege.

Warum ist das orale Mikrobiom so entscheidend?

Norbert: Stell dir das Mikrobiom wie einen Garten vor. Wenn du ihn niederbrennst, wächst nichts. Wenn du ihn pflegst, blüht er. Viele Produkte zerstören mit aggressiven Inhaltsstoffen die natürliche Balance im Mund. Wir gehen einen anderen Weg: Wir stärken das Gute – und lassen das Mikrobiom arbeiten. Das ist die Zukunft.

Wie reagiert der Markt bisher auf eure Vision?

Heber: Extrem positiv. Unsere Community wächst organisch, und neben unserem B2C-Geschäft haben wir mittlerweile Zugang zum stationären Handel – z. B. über Apotheken, Zahnarztpraxen und das Dentaldepot minilu.de. Auf der IDS 2025 haben wir gesehen: Auch die Dentalbranche ist bereit für echten Wandel. Jetzt braucht es vor allem mutige Entscheider/-innen.

Fachlicher Exkurs

Hydroxylapatit statt Fluorid – warum das funktioniert

Hydroxylapatit (HAP) ist ein bioaktives Mineral und der Hauptbestandteil unserer Zähne. Anders als Fluorid, das eine schützende Schicht auf dem Zahnschmelz bildet, kann HAP direkt in die Zahnstruktur eingebaut werden und so aktiv zur Remineralisierung beitragen. Studien zeigen, dass es bei Kariesprävention, Empfindlichkeit und Zahnschmelzstärkung vergleichbare oder sogar bessere Ergebnisse liefert – ganz ohne potenzielle Risiken aggressiver oder fraglicher Zusatzstoffe.

copyright by all rights reserved Quintessenz

Was können Zahnärzte/-innen konkret verändern?

Norbert: Es beginnt bei der Produktauswahl. Wer auf gesunde Alternativen setzt, setzt ein klares Zeichen. Außerdem geht es um Aufklärung: Patienten/-innen sind dankbar, wenn man ihnen neue Perspektiven aufzeigt – etwa zum Thema Mikrobiom oder Postbiotika. Mit kleinen Änderungen im Sortiment oder in der Beratung kann man als Praxis echten Impact erzeugen.

Was ist eure Vision für die Zukunft der Zahnpflege?

Norbert: Weg von kurzfristigen Lösungen, hin zu echter Regeneration. Produkte, die gesund machen, nicht nur „putzen". Zahnpflege, die sich gut anfühlt, gut schmeckt – und die gleichzeitig Mensch, Praxis und Umwelt schützt. Gesundheit muss sexy sein und Impact bringen. Nur dann bleibt sie langfristig.

Was bleibt

Zahnpflege ist mehr als Hygiene – sie ist Gesundheitsvorsorge, tägliches Ritual und ein Spiegel gesellschaftlicher Verantwortung. Natch zeigt, dass echte Innovation nicht nur in der Rezeptur liegt, sondern in der Haltung. Wer heute Praxis und Patienten/-innen nachhaltig begeistern will, darf nicht beim Status quo stehen bleiben. Die gute Nachricht: Die Lösungen sind da – man muss nur den ersten Schritt machen.

Norbert Richard Meinike
Co-Founder und Geschäftsführer
Natch Labs GmbH
E-Mail: press@natchlabs.com;
norbert@natchlabs.com