

3.5

.CONVENIENCE

Text **Martina Lunzer Brem**
Foto **Jürgen Schwöpe**

gepflegt unterwegs

In einer Epoche, in der immer mehr Menschen mobil werden, braucht man entsprechende Pflegeprodukte. Jim Drew hat eines für die Zähne gefunden

KURZFASSUNG

Der Artikel in 12 Sekunden

In Amsterdam entdeckte Jim Drew auf einer Toilette einen Automaten mit **Kauzahnbürsten**. Der Brite kaufte dem holländischen Erfinder die Weltrechte ab, nannte das Produkt Fuzzy Brush, steckte Millionen in die Entwicklung und brachte ein neues Körperpflegeprodukt in Großbritannien, den USA und Australien auf den Markt. Ab 2005 soll es auch am europäischen Festland zu kaufen sein.



Wer durch London reist, in einem Club, Kino oder nach langer Autobahnfahrt ein paar Minuten Ruhe sucht, entdeckt das Ding früher oder später auf der Toilette. Man steckt eine Münze in den Automaten an der Wand, dreht am Münzzahnrad und bekommt dafür zwei Kügelchen aus durchsichtigem PVC in der Größe eines Tischfußballes. Das ist die Fuzzy Brush, eine Minizahnbürste mit Plastikborsten und einem Zapfen zum Kauen. Wer hineinbeißt, merkt: Es wirkt.

Lange bevor Tony Blair den Creative Industries ihren Namen gab, galt London schon als Metropole, in der man neue Ideen zu Geld machen kann. Vivienne Westwood, von der Volksschullehrerin via Punk zur Ikone des britischen Stils geworden, brachte es 1981 so zum Ausdruck: „I realised I could do anything I liked. It was only a question of how I did it that would make it original. I realised then that I could go on forever.“

Die Entwicklung von Fuzzy Brush, der Zahnbürste ohne Stiel, folgt diesem Schema. Ursprünglich stammt die Idee von einem holländischen Zahnarzt. Während er erste Kooperationen zum Vertrieb dieser Kauzahnbürste mit Zahnärzten und Gaststätten in den Niederlanden startete, lief ein Brite namens Jim Drew monatelang täglich die Oxford Street entlang, um aus seinem Bauchladen Sandwiches an Passanten zu verkaufen. Außerdem arbeitete er als Programmierspezialist für die Megascreens in Fußballstadien, war Börsenhändler und vertrieb teure europäische Weine an wohlhabende Australier. Mit über sechzig verschiedenen Ideen versuchte Drew ein Geschäft zu machen – vergeblich.

Schließlich zog er 1996 bei einem Amsterdam-Aufenthalt in einem Pannekoeken-Restaurant zum ersten Mal eine Kauzahnbürste aus einem Automaten. Es war Liebe auf den ersten Biss. „Und ich werde dabei bleiben, bis ich sterbe“, erklärt der heute 35-Jährige. Kurz nach dem ersten Kontakt kaufte er die internationalen Vertriebsrechte, investierte in die Entwicklung spezieller Maschinen und startete die Pro-

duktion in Großbritannien. Zur ersten Visualisierung entwarf er, der auch so gerne Maler geworden wäre, über Nacht einen kleinen Fuzzy Guy, das rote Sternmännchen mit dem breiten Grinsen und dem blitzenden Zahn. Bis heute verteidigt er das etwas ungelenk wirkende Logo standhaft.

Was wie die nette Idee eines Jungdesigners wirkt, soll der Beginn eines Fuzzy-Brush-Imperiums werden. Bis dato wurden 4,5 Millionen Euro in die Entwicklung der Bürstchen investiert, 6.000 Automaten aufgestellt, 4.000 davon allein in London. Drew verkauft bereits 600.000 Kauzahnbürsten pro Monat, im nächsten Jahr will er 1,5 Millionen und in den kommenden vier Jahren vier Millionen Stück pro Monat absetzen. In Australien hat der Vertrieb schon begonnen, auch in den USA sollen im nächsten Jahr 35.000 Automaten aufgestellt werden, außerdem hat er gerade eine Kooperation mit Starbucks International unterzeichnet. „Der potenzielle Markt ist erst zu zwei Prozent erschlossen“, meint Drew. Er arbeitet an der Ausweitung bestehender Kooperationen mit Langstreckenfluglinien, die die Fuzzy Brush im Kosmetikbeutel der Premiumklassen anbieten, ebenso wie er mit britischen Gefängnissen verhandelt. Eine Zahnbürste ohne potenziell gefährlichen Stiel hat gerade dort ihre Vorteile.

Mit der Orange Tree Group hält sich Drew eine eigene Ideenmanufaktur. Er erhofft sich mit Entwicklungen wie dem Präzisionschronometer für Eikochzeiten „Eggxact“ ähnliche Erfolge. „Es geht darum, eine Idee zu haben, haufenweise Geld hineinzustecken und das Produkt dann aller Welt zu verkaufen“, sagt Drew. „Ich möchte als die Person in Erinnerung bleiben, die den Fuzzy Guy gezeichnet hat. Einer mit Ideen, der imstande war, sie zu realisieren.“

Wenn die Kauzahnbürste wie geplant 2005 (wieder) auf europäisches Festland kommt, wird sie dort eine Serie neuartiger Körperpflegeprodukte ergänzen. Auf dem Ideenmarkt speziell für Reisende oder MMM, mobile moderne Menschen, brechen Entwickler etablierte Formen. Was zum

DIE AUTORIN

Martina Lunzer Brem arbeitet als freie Journalistin in Wien und London und ist Mitarbeiterin bei .copy.

Beispiel Falten entfernt, muss nicht aussehen wie ein Bügeleisen. Das Wrinkle Free Fabric Relaxant sieht aus wie eine kleine Sprühdose und wirkt auch so: Man sprüht die vom Sitzen im Fahr- oder Flugzeug zerknautschte Kleidung einfach glatt. Lösungen zum Schutz der Knie und des Wohlbe-

findens in eng mit Sitzreihen bestückten Billigfliegern bietet der größte Onlinereisekatalog Magellan an. Unter dem Titel „Knee Defender – allowing you the space you have paid for“ soll der eigene Körper in Zukunft vor Rückenlehnen geschützt werden. Geliefert wird das Produkt samt Argumentationshandbuch und Rechtsbelehrung für drohende Diskussionen mit anderen Fluggästen und Stewardessen an Bord. Die Funktionsweise ist simpel: Zwei PVC-Stücke in Größe eines Ohrenstöpsels werden zwischen Vordersitz und das heruntergeklappte Tischchen gesteckt. Diese Blockade hindert die vordere Reihe daran, die Sitzlehne nach hinten zu kippen. Womöglich lässt sich Selbiges auch mit zwei Fuzzy-Brush-Bürsten bewerkstelligen. ■

Die Fuzzy Brush, nachdem sie ihre Schutzschale aus PVC verlassen hat