

Wenn Martin Schäfer Besuchern die Weltneuheit seines Unternehmens zeigt, führt er diese erst einmal durch die halbe Fabrik. Vorbei an jaulenden Fräsmaschinen und aufgestapelten Wandsegmenten. Dann durch eine Tür am Ende der Produktionshalle. Zu den Mitarbeitertoiletten.

VON STEFFEN FRÜNDT

Vor den Kabinen bleibt er stehen und schaut erwartungsvoll. Der 47-Jährige ist Inhaber der Firma Schäfer Trennwandsysteme (TWS) – in dritter Generation. „Nur zu!“, sagt sein Blick und wandert zu der weiß lackierten Klotür.

„Nein danke, nicht nötig“, will man schon antworten, als ein Detail an der Tür auffällt: Sie hat keinen Griff. Anstelle von Knauf oder Klinke ist da nur ein grün leuchtendes Quadrat. Die Hand greift ins Leere und löst allein durch die Annäherung einen Mechanismus aus, der leise surrend die Pforte zum stillen Örtchen öffnet.

Ob am Flughafen oder an der Raststätte, im Restaurant oder Büro: Der Besuch einer öffentlichen Toilette ist für die wenigsten ein erfreulicher Gang. Geruch und Geräusche, die unerwünschte Nähe Dritter, sichtbare und unsichtbare Hinterlassenschaften von Vorgängern – all das macht die außerhäusige Bedürfnisverrichtung schon in normalen Zeiten zu einem unerfreulichen Ereignis. Doch mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie hat sich das kollektive Hygienebedürfnis noch deutlich gesteigert. Und mit ihm das Bewusstsein für lauernde Virenherde, Oberflächenkontamination, die Gefahr von Schmierinfektionen. Wir bewegen uns möglichst berührungsfrei durch den Alltag, vermeiden Händeschütteln, öffnen Türen mit dem Ellbogen, desinfizieren unsere Hände. Doch selbst in den ausgeklügeltsten Hygienekonzepten gibt es ein Hindernis: die Toilettentür.

Es gibt berührungsfreie Toilettenspülungen, berührungsfreie Wasserhähne, berührungsfreie Seifenspender und berührungsfreie Handtrockner“, beschreibt Martin Schäfer den Siegeszug der Sensortechnik in den Nasszellen der Republik. Nun möchte Schäfer die sanitäre Hygienekette um das letzte, bislang schwächste Glied ergänzen: „Wir schließen die Lücke“, sagt der Mann, der mit einer überfälligen Entwicklung das weltweite WC-Wesen revolutionieren könnte. Die Klovolution – sie kommt aus dem Westerwald.

In dem Niemandsland zwischen Bonn und Limburg erhebt sich, hoch über der Autobahn A 3, ein Förderturn in den Himmel und zeugt von den alten Zeiten der Eisenerzförderung in den Horhausener Gruben. Jahrhundert-

telang lebten die Menschen vom Bergbau, die Grubenlampe im Stadtwappen, alte Loren an der Weggabelung. Alles erinnert an die großen Tage unter Tage. Doch die letzte Grube wurde 1965 geschlossen. Jetzt könnte ein ganz anderes Produkt Arbeit und ein bisschen Wohlstand in den Westerwald bringen und Horhausen über die Grenzen hinweg bekannt machen.

„Deutschland ist führend im Klokabinenbau“, sagt Schäfer. „Es gibt kein Land auf der Welt, in dem WC-Trennwände auf diesem Level gebaut werden.“ Allein für diese beruhigende Feststellung hat sich die Reise in den Westerwald gelohnt. Sollten die deutschen Autobauer endgültig den Anschluss an den Fortschritt verlieren – wir haben immer noch die Klotürindustrie.

Schäfer empfängt uns mit seinem 34 Jahre jungen Co-Geschäftsführer Mario Sauerbrey in einem Besprechungsraum mit einer meterlangen Jalousiewand. Er drückt einen Knopf, schon fahren die grauen Lamellen hoch und offenbaren die ganze Vielfalt der Klokabinen-Welt. Von der bunten Kunststofftür mit Drehknauf für die Schwimmbadumkleide bis zur edlen



Ein Wink mit der Hand vor einem Sensor – und die Kabinentür von TWS geht auf

Ein kleines Unternehmen aus dem Westerwald hat ein Produkt entwickelt, das Millionen von Menschen Erleichterung bei einem typischen Alltagsproblem verspricht: Die erste berührungsfreie Toilettenkabine der Welt. Corona könnte den Durchbruch bringen

Vollglasvariante mit gebürsteten Chromelementen für die Firmenzentrale reicht das Spektrum, zu Verkaufspreisen zwischen 300 und 4000 Euro für ein „L“ aus Trennwand plus Tür. Die Preise verstehen sich inklusive Aufmaß und Montage. Weil oft der Einbau zusätzlich gefragt ist, so sagt Schäfer, sei Billigkonkurrenz aus Fernost bislang noch nicht ins WC-Kabinengeschäft eingedrungen.

30.000 bis 35.000 Toilettentüren liefert Schäfer TWS pro Jahr aus, ein Drittel davon als Export. Der Umsatz liegt bei 20 Millionen Euro und wächst seit Jahren im niedrigen einstelligen Bereich. Die 120 Mitarbeiter haben gut zu tun, doch besonders hektisch wirkt das Treiben in der Produktionshalle auch wieder nicht. Wenn Schäfers Pläne aufgehen, dann könnten hier bald wesentlich turbulentere Zeiten anbrechen. Denn die Westerwälder sitzen vielleicht nicht mehr auf einer ergiebigen Eisengrube, aber dafür womöglich auf einem Topf voll Gold.

„Ich trage die Idee schon seit Jahren mit mir herum“, sagt Martin Schäfer. So wie jeder Profi reist er mit einem beruflich geprägten Kennerblick durch die Welt. Ein Koch entdeckt überall neue Gerichte, ein Architekt honoriert eine gelungene Statik. Martin Schäfer schaut, wohin er auch reist, als Erstes die Klokabinen an. Der Amerikaner, so berichtet er, habe Trennwände mit freizügigen 45 Zentimeter Unterschnitt – im Vergleich zu den verklemmten 15 Zentimetern Luft unter deutschen Kabinenwänden. Italiener bevorzugen blick- und schalldichte Trockenbauwände zwischen den Geschäftsräumen. Über französische Toiletten schweigt man am besten ganz. Was Schäfer aber nirgendwo auf der Welt zu Gesicht bekommen hat, ist das in seinen Augen „logische Produkt“: Eine Toilettentür, die man nicht anfassen muss.

Welchen Sinn machen berührungsfreie Spülungen und Wasserhähne, wenn doch jeder die Tür antastet?“, fragte sich Schäfer und hockte sich vor fünf Jahren mit einem Elektrotüftler aus dem Nachbarort zusammen, um diesem Alltagsärgernis endlich Abhilfe zu verschaffen. Nun ist aus der Idee ein marktreifes Produkt geworden: „Look and Wave“ heißt es. Die berührungsfreie Toilettentür lässt sich nicht nur auf ein Handzeichen hin öffnen, sondern auch von innen ver- und entriegeln. Stolze 2500 Euro kostet sie. Die Markteinführung verlief eher schleppe. „Doch wenn wir die kritische Größe erreichen und die Menschen erst sehen, dass es berührungsfreie Toilettentüren gibt, dann werden sie nichts anderes mehr wollen“, sagt der Unternehmer und wagt sich für Westerwälder Verhältnisse weit vor: „Es könnte einen Hype geben.“

Die allgemeine Marktentwicklung scheint Schäfer in die Karten zu spielen. „Das Interesse an gehobenen Hygienestandards und berührungsfreien

Armaturen hat durch Corona einen enormen Aufschwung erfahren“, sagt Jens Wischmann, Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft. Die Branche verzeichnet von Jahr zu Jahr neue Rekordumsätze. Trotz Corona-Welle wird sie im laufenden Jahr im Inland 22 Milliarden Euro umsetzen, so viel oder sogar ein wenig mehr als 2019.

WC-Kabinen sind innerhalb der Branche natürlich nur eine kleine Nische. Der deutsche Toilettenkabinenmarkt wird auf 100 Millionen Euro geschätzt. Vier bis fünf kleine Mittelständler teilen sich den Markt. Das Geschäftsfeld ist anspruchsvoll. In hochfrequentierten Bereichen, erklärt Schäfer beim Ortstermin auf der Mitarbeitertoilette, durchlaufe eine Klotür in fünf Jahren 200.000 bis 300.000 Schließzyklen. „Und auf öffentlichen Toiletten verkehrt mitunter ein Publikum, das nicht immer besonders pfleglich mit den Anlagen umgeht.“

Entsprechend robust habe man die berührungsfreie Hightech-Toilettentür konzipiert, um sie auch für Einsatzorte vom Kaliber Bahnhofsklo zu stählen. Die Tür sei ausgiebig getestet worden und habe dabei eine Million Zyklen problemlos durchlaufen, schwärmt Schäfer. An alle Eventualitäten sei gedacht. „Bei einem Stromausfall fällt das elektronische Schloss automatisch zurück“, erklärt er. Und demonstriert, wie Wartungspersonal mittels eines kleinen Chips die Tür auch manuell von außen entriegeln kann. Die kleine Ampel an der Toilettentür lässt sich sogar so programmieren, dass sie nicht nur grünes oder rotes Licht für den Toilettengang gibt, sondern zusätzlich eine Art Putzlicht. Der Schließmechanismus, so erläutert Geschäftsführungskollege Sauerbrey, erfasse automatisch die Durchläufe. Nach einer einstellbaren Besucherzahl gibt die Tür blaues Licht und das Reinigungspersonal greift zum Lappen.

Im Praxiseinsatz ist die Klo-Innovation hierzulande bislang nur vereinzelt zu bestaunen. In einem Schnellrestaurant in Oldenburg. An einer Autobahnraststätte. In einem Materiallager der Bundeswehr. Der bislang größte Einsatz – eine Veranstaltungshalle an der Nordseeküste – wartet wegen des Corona-bedingten Veranstaltungsverbots noch immer auf die praktische Erprobung im Kundenkontakt – beziehungsweise eben gerade ohne diesen.

Die Ersten, die das Potenzial von Schäfers Tür erkannt zu haben scheinen, sind offenbar die Asiaten. Ein Wunder ist das nicht. In Sachen „fancy“ WC-Ausstattung sei man dort seit je dem Westen weit voraus, sagt Schäfer. Nun könnte er durch Prestigeobjekte in Fernost auf Umwegen auch den deutschen Toilettenmarkt bekehren. Zu seinen aktuellen Projekten zählen unter anderem zwei asiatische Flughäfen und ein Sechssternen-Büroturm in Hongkong. Für Schäfer sind das gute Zeichen.