„Mein hygienischer Anspruch war schon immer recht hoch“

Thomas Marktanner ist, so schreibt er selbst, Deutschlands bekanntester Klo-Influencer. Er erzählt, wie aus einer Wette eine Geschäftsidee wurde – und warum es nichts bringt, die Klobrille mit Papier auszulegen.



FOTO: ROBERT HAAS

REDEN WIR ÜBER GELD MIT THOMAS MARKTANNER

Interview von Oliver Klasen

Dass Fragensteller und Interviewpartner gemeinsam das Klo aufsuchen, wäre normalerweise undenkbar. In diesem Fall ist es Teil der Recherche. Thomas Marktanner, 55, testet Toiletten und dokumentiert das per Video. Auf Tiktok und Instagram werden seine Clips teils von Hunderttausenden Menschen gesehen. Das Ganze begann vor ein paar Monaten und ging so stark viral, dass sich inzwischen TV-Sender dafür interessieren und Marktanner eine eigene Toiletten-Test-App herausbringt. Er hat ein Fünf-Sterne-Hotel in München für das Treffen vorgeschlagen. Er zeigt dem Reporter also das obere Ende der Skala, was Toiletten in Deutschland angeht. Und tatsächlich, es ist blitzsauber, riecht nach Seife und im Hintergrund hört man leise Lounge-Musik. Die Fotos entstehen zwischen Waschbecken und Kabine, aber um die anderen Gäste nicht zu stören, findet das eigentliche Gespräch dann doch in der Lobby statt. Es geht um ein Thema, das wirklich jeden betrifft.

SZ: Herr Marktanner, reden wir über Geld. Sie sind auf Social Media schnell erfolgreich geworden, mit ungewöhnlichem Content: Sie testen öffentliche und halböffentliche Toiletten. Trifft, Verzeihung, der Spruch „Man kann auch aus Scheiße Gold machen“ auf Sie zu?

Thomas Marktanner: Vielleicht passt der gar nicht schlecht. Es hat mich ja selber gewundert. Wenn mir vor acht Monaten jemand gesagt hätte, du wirst mal 160 000 Follower haben, hätte ich laut gelacht. Ich bin da so reingerutscht. Alles fing mit einer Wette mit meinem damals 13-jährigen Sohn an.

Worum ging es da?

Er hat auf Tiktok und Youtube öfter Videos geguckt von irgendwelchen Influencern. Und ich hab gesagt: Das kann Papa auch.

Papa kann alles?

Ja, das war so aus einer Laune heraus. Wir waren damals in einer Therme am Bodensee, und ich hab aus Spaß die Toiletten abgefilmt, Kabine, Kloschüssel, Waschbecken, noch ein paar Aufnahmen drum herum. Abends hab ich dann bei Tiktok ein kurzes Video hochgeladen. Superschlechte Tonqualität aus heutiger Sicht, mein Sohn hat mir beim Schneiden geholfen, das konnte ich damals ja gar nicht. Tja, und dann lief die Wette.

„Was ich mache, ist Unterhaltung. Es ist ironisch, satirisch und provokant.“

Was war der Wetteinsatz?

20 Euro. 1000 Aufrufe und 50 Likes hätte ich sammeln müssen, um zu gewinnen.

Und?

Am nächsten Morgen wollte ich auf mein Handy gucken, hatte aber meine Lesebrille nicht auf und hab es meinem Sohn gegeben, hier guck mal. Er sagte: Papa, du hast 250 000 Views und 15 000 Likes. Ich hab gespürt, da ist Potenzial.

Wie ging es weiter?

Wir waren damals im Urlaub im Oberallgäu. Auf dem Heimweg nach München hab ich dann die Mc-Donalds-Toilette an der Autobahn gefilmt. Das ging noch viel steiler. Das hatte an einem Tag 600 000 Aufrufe, glaube ich. Dann hab ich das eingebunden in meinen Alltag.

Sie sind eigentlich Unternehmensberater.

Ja, ich bin sehr viel unterwegs, in ganz Deutschland und im Ausland. Wann immer ich irgendwo bin, filme ich die Location und schaue mir die Toilette an.

Es gibt bei Ihnen keine Sterne oder Punkte, sondern Schüsseln.

Genau. Der ursprüngliche Gedanke war, ich gehe mit zehn Schüsseln ins Rennen, wenn ich die Toilette betrete. Und dann arbeite ich meine Punkte ab und vergebe Abzüge.

Wofür gibt es Abzüge? Für eine dreckige Klobürste?

Definitiv. Die darf nicht im Siff stehen und muss regelmäßig ausgetauscht werden. Was mir grundsätzlich wichtig ist bei einer Toilette, ist der berühmte erste Eindruck. Sieht es sauber aus? Riecht es angenehm oder zumindest neutral? Fühle ich mich hier wohl oder will ich rückwärts wieder rausgehen? Habe ich alles, was ich brauche? Seife am Waschbecken zum Beispiel. Lauwarmes oder regelbares Wasser. Papierhandtücher. Ich habe eine Aversion gegen diese Handtrockner-Gebläse, ich mag sie einfach nicht. Gut finde ich, wenn die Kabine unten und oben geschlossen ist, wegen der Privatsphäre. Ein Kleiderhaken ist nett. Und ich bin ein Freund von leichter Hintergrundmusik.

Sie kontrollieren auch, wie gut das Internet in der Kabine ist, dabei soll man doch gar nicht auf dem Klo lesen, das verursacht angeblich Hämorrhoiden.

Ja, man sollte erst dann gehen, wenn man wirklich muss und nach zwei oder drei Minuten mit dem Scheißen fertig sein.

Jedes Video beginnen Sie mit den Worten: „So, heute scheißen wir da und da.“ Muss das sein? Sie könnten ja auch sagen: Heute machen wir ein großes Geschäft in Wuppertal.

Das würde aber niemanden interessieren. Diese derbe Sprache, das ist mein Markenzeichen. Die ersten drei bis fünf Sekunden entscheiden, ob die Leute das Video anschauen oder nicht.

Wie viel Zeit nimmt Ihre Tätigkeit als Toiletten-Influencer in Anspruch?

Schon so eineinhalb bis zwei Stunden pro Tag.

Ist also definitiv mehr als ein Hobby.

Aufnehmen, Schneiden, Vertonen, das kostet viel Zeit und Mühe. Ich habe den Anspruch, dass es gut wird. Und ich habe im Laufe der Zeit ein paar Hundert Euro für Equipment ausgegeben, ein ordentliches Mikrofon zum Beispiel. Außerdem kümmere ich mich um die Community, beantworte Direktnachrichten. Und ich habe zusammen mit zwei Geschäftspartnern die App entwickelt, die kommt jetzt im Oktober heraus. Jeder, der die runterlädt, kann bewerten. Ich will ein Google Maps für Toiletten sein.

Okay, ich sehe, es ist Ihnen wirklich ernst. Aber wie holt man das Thema Toiletten aus der Hihihi-höhöhö-Ecke?

Was ich mache, ist Unterhaltung. Es ist ironisch, satirisch und provokant. Damit spiele ich auch. Aber im Laufe der Zeit ist mir klar geworden, wie ernst die Sache eigentlich ist. Viele Leute sind auf eine öffentliche Toilette angewiesen, einige auch auf eine barrierefreie Toilette. Manche haben mir geschrieben, vielen Dank, jetzt weiß ich, wo ich hingehen kann. Andere melden sich und sagen, sie hätten durch meine Videos ihre Angst vor öffentlichen Toiletten verloren. Wenn das stimmt, das fände ich großartig. Wenn ein Thema, über das ungern gesprochen wird, auf diese Weise enttabuisiert wird.

„In Fast-Food-Restaurants oder auf Autobahnraststätten darf man keine großen Erwartungen haben.“

Sehen Sie sich als eine Art „Sendung mit der Maus“ für das Thema Toiletten?

Ein wenig vielleicht. Über die Tests hinaus habe ich ein paar Erklärvideos gemacht, zum Beispiel: Wie ist man im Mittelalter auf Toilette gegangen. Außerdem präsentiere ich meine Top-Klo-Meldungen der Woche. Und es entstehen weitere Formate, bald kommt ein Podcast.

Verdienen Sie an den einzelnen Videos Geld?

Nur in Einzelfällen. Bei Instagram geht finanziell fast gar nichts, bei Tiktok kommt schon mal eine dreistellige Summe rum. Youtube wäre attraktiver, aber das mache ich nur nebenbei. Die Einnahmen kommen woanders her.

Nämlich wo?

Ich bin schnell gewachsen bei Tiktok, und bei Instagram noch schneller. Und ich habe eine Engagement-Rate von acht Prozent, das heißt: Acht Prozent der Leute reagieren auf meine Videos. Sie liken, kommentieren oder teilen sie. Das ist das wertvollste Gut als Influencer: Wenn andere deine Videos verbreiten und du nicht mehr darauf angewiesen bist, dass Tiktok oder Insta sie ausspielen. Irgendwann hatte ich eine kritische Masse erreicht – und es kamen die Anfragen von Firmen.

Die bezahlen Sie?

Inzwischen mache ich auch Auftragsarbeiten, das hebt langsam ab. Und es gibt Partnerschaften. Ich habe zusammen mit dem Verband kommunaler Unternehmen ein Video zum Welttoilettentag gemacht. Außerdem kooperiere mit mehreren Hotels und Kinos. Ich poste die Videos, die machen ein Gewinnspiel und erreichen bis zu 200 000 Leute in einer Woche. Aber egal, ob Auftragsarbeit oder nicht, mein Ansatz ist immer gleich: Ich komme unangekündigt, inkognito und bewerte fair und ehrlich.

Sie waren schon in Luxus-Hotels, Restaurants, Baumärkten, auf Autobahnraststätten, im ICE oder am Kölner Dom. Was war die schrecklichste Toilette, die Sie je gesehen haben?

Die am Kölner Dom war schon räudig, allein wegen des Geruchs. Und in München hab ich in der öffentlichen Toilette am Sendlinger Tor nur eine von zehn Schüsseln vergeben. Da kam alles zusammen: dreckig, klebrig, überall Siff. Bei Toiletten in Fast-Food-Restaurants oder auf Autobahnraststätten darf man keine großen Erwartungen haben, aber die Schere geht ordentlich auseinander.

Beschweren sich die Betreiber der Toiletten, die Sie negativ bewertet haben?

Nein. Auf eine negative Bewertung kommt von denen nur ganz selten mal eine Reaktion. Hat mich auch gewundert. Ich hatte anfangs Sorge, dass ich Briefe von Anwälten bekomme.

Was war denn die schönste Toilette, die Sie bisher gesehen haben?

Hmm. Eine, die mich wirklich beeindruckt hat, war die im Andaz-Hotel in München. Da hat alles bis ins kleinste Detail gepasst. Auch schön war die Toilette von Feinkost-Käfer, ganz toll gemacht, sehr sauber und mit Sechskant-Brille, das hatte ich bis dato noch nie. Und im Hotel Sofitel, in dem wir jetzt gerade sind, war ich auch sehr zufrieden. Da habe ich die Toilette sogar zweimal getestet.

Warum?

Beim ersten Mal habe ich neun von zehn Schüsseln vergeben. Aber das Management hat sich damit nicht zufriedengegeben und nachgebessert.

Inwiefern?

Beim ersten Mal hatte ich bemängelt, dass die Ersatz-Klopapierrolle auf einem Haken direkt unten neben der Kloschüssel hängt. Das ist für mich ein hygienisches No-Go. Jetzt haben sie die Papierrolle in eine Verpackung eingehüllt. Wenn sich jemand so Gedanken macht, das feiere ich sehr. Das ist genau das, was ich erreichen will.

Ich lege auf öffentlichen Toiletten die Brille immer mit Klopapier aus.

Das bringt fast nichts. Diesen, ich nenne es mal: Arsch-Airbag kann man sich getrost sparen. Erstens ist Toilettenpapier sowieso nicht steril. Mit der Klospülung werden Aerosole in der Kabine verteilt, auch auf das Toilettenpapier. Ist die Klobrille sichtbar sauber und trocken, kann man sich draufsetzen. Die Haut, sofern sie gesund ist und keine Verletzungen aufweist, bildet eine gute Barriere.

Es gibt in der Kriminologie die Broken-Windows-Theorie. Die besagt, sichtbare Zeichen von Verwahrlosung in einem Stadtviertel, Müll auf der Straße oder eingeworfene Scheiben, die nicht repariert werden, ziehen weitere Verwahrlosung nach sich. Weil alle resignieren und sich niemand zuständig fühlt, alles ordentlich zu halten. Gilt das auch für Toiletten?

Da ist etwas dran. Wenn eine Toilette supersauber ist, dann ist mein Anspruch, die mindestens genauso sauber zu hinterlassen. Wenn aber eh schon alles versifft ist, dann ist es mir auch eher egal.

Bei öffentlichen Toiletten gab es früher öfter eine Klofrau ...

Sagen Sie bitte nicht Klofrau.

Sondern?

Ich sage inzwischen: Reinigungsfachkraft. Ich hab da mein Wording angepasst.

Also gut: Die Reinigungsfachkraft, die mit einem Tellerchen im Vorraum der Toilette sitzt, sieht man heutzutage seltener. Stattdessen gibt es, zum Beispiel an Bahnhöfen, Automaten, wo man Geld einwirft und dann geht die Schranke auf. Finden Sie das okay, darf eine Toilette Geld kosten?

Dagegen habe ich nichts. Ich zahle gerne 50 Cent oder einen Euro, wenn alles sauber und die Toilette gut instand gehalten ist.

Wenn eine Toilette eklig aussieht, kann das doch der Vorgänger gewesen sein.

Ja, schon. In solchen Fällen schaue ich mir mehrere Kabinen an. Man merkt in aller Regel schnell, ob hier nur an einer Stelle eine Sauerei veranstaltet wurde oder ob wochenlang niemand mehr da war, der putzt.

„Wenn jemand mit den Toiletten-Tests ein Problem hat, dann passen wir wohl nicht zusammen.“

Sie können immer nur die Herrentoilette testen. Bräuchten Sie nicht eigentlich eine Co-Testerin?

Ja. Zumal Frauentoiletten oft schlimmer aussehen als die bei den Herren – das erzählen mir jedenfalls Frauen. Aber bisher hab ich kein weibliches Pendant gefunden, vielleicht hilft da ja künftig die App. Immerhin 30 Prozent meiner Zuseher auf Tiktok sind weiblich. Vielleicht ist die eine oder andere potenzielle Toilettentesterin dabei.

Ihre Website wirkt sehr professionell, gespickt mit Kennzahlen, Referenzen und Projektideen. Da kommt der Unternehmensberater durch.

(*lacht*) Klar, ich überlege immer, was sind die nächsten Steps, um daraus ein Business aufzuziehen. Um wiederkehrend Geld einzunehmen. Das ist tief in mir drin. Berufskrankheit sozusagen.

Unternehmerisch denken, Businesspläne machen, Schritt für Schritt eine Firma hochziehen: Haben Sie das vom Elternhaus mitbekommen?

Also, ich komme nicht aus einem reichen Elternhaus, ganz im Gegenteil. Ich bin im Allgäu aufgewachsen, sehr bodenständig, bescheiden.

Viel Geld zu verdienen, war das ein Kriterium bei der Berufswahl?

Null. Geld war nie mein Maßstab. Auch bei der Entscheidung für die Selbständigkeit hat das keine große Rolle gespielt. Ich war 15 Jahre lang angestellt, in der Vertriebsleitung, beim Aufbau von Vertrieben. Später war ich einige Zeit bei einem Start-up in Berlin, das für viel Geld verkauft wurde. Dann kam der Punkt, an dem ich mich gefragt habe: Warum setzt du dein Wissen und deine Arbeitszeit immer für die anderen ein? Ich will das jetzt mal selbst machen.

Haben Sie keine Angst, dass Ihr Hauptjob als Unternehmensberater Schaden nimmt durch die Toilettensache?

Nein, ich habe das Glück, mir als Selbständiger meine Kunden aussuchen zu können. Und wenn jemand mit den Toiletten-Tests ein Problem hat, dann passen wir wohl nicht zusammen.

Können Sie sich vorstellen, irgendwann hauptberuflich als Toiletten-Influencer zu arbeiten?

Noch nicht. Mein Haupt-Business ist schon die Unternehmensberatung. Aber ich schließe nichts aus. Wenn ein, zwei Sponsoren aufspringen, ein Hygienepapierhersteller oder Reinigungsmittelhersteller vielleicht, warum nicht. Ich hab mich mein ganzes Leben lang treiben lassen von Geschäftsideen und von dem, was kommt.

Wer putzt bei Ihnen zu Hause die Toilette?

Teilweise ich, teilweise meine Freundin. Ich mache es relativ oft. Ich habe da auch immer so kleine Zwischenreinigungsschritte. Mal extra mit der Bürste durchgehen, Klosteine erneuern und so weiter. Wenn man wochenlang nichts tut, wird es ekelhaft. Mein hygienischer Anspruch war schon immer recht hoch.

Das heißt, man könnte als Gast bei Ihnen jederzeit klingeln und würde eine fast perfekt saubere Toilette vorfinden?

Selbstverständlich.

Wer kauft Deutschlands Gasspeicher?

Die Regierung will den Importeur und Betreiber Uniper privatisieren. Neben Finanzinvestoren sind ein deutscher Rivale und ein dubioser Milliardär interessiert.

Düsseldorf – Die Füllstände der deutschen Gasspeicher machen gerade Schlagzeilen. Fachleute warnen, die riesigen unterirdischen Lager seien vor dem Winter nicht voll genug. Größter Betreiber dieser strategisch wichtigen Speicher ist der Düsseldorfer Energiekonzern Uniper. Das Unternehmen mit 7000 Beschäftigten weltweit gehört seit der Rettung durch den Staat der Bundesregierung, soll aber in den kommenden Monaten privatisiert werden. Es gibt einige Interessenten – darunter der Essener Rivale RWE, Finanzinvestoren und offenbar auch der umstrittene tschechische Milliardär Daniel Křetínský.

Das Dax-Mitglied RWE, Deutschlands größter Stromproduzent, hat zusammen mit dem US-Finanzinvestor KKR ein unverbindliches Angebot eingereicht. RWE-Chef Markus Krebber sagt jedoch, er strebe keine Übernahme an, das sei allein schon aus kartellrechtlichen Gründen nicht möglich. RWEs Engagement würde im Falle eines Zuschlags „sehr, sehr begrenzt und klein“ sein, sagte der Manager nun der Nachrichtenagentur *Bloomberg*. Der amerikanische Finanzinvestor Apollo hat ebenfalls Interesse an Uniper angemeldet. Das berichtet die Nachrichtenagentur *Reuters* unter Berufung auf nicht näher benannte Insider.

Schon vorher kursierten andere Namen von Bietern: darunter der staatlich kontrollierte Energiekonzern Equinor aus Norwegen, der Pensionsfonds CPPIB und der Finanzinvestor Brookfield aus Kanada sowie die EPH-Gruppe von Daniel Křetínský. Dem Tschechen gehören in Deutschland bereits die Braunkohlekraftwerke und -tagebaue in der Lausitz und die Mehrheit am Düsseldorfer Großhändler Metro. Der öffentlichkeitsscheue – Kritiker sagen: undurchsichtige – Milliardär war auch zeitweise an Thyssenkrupps Stahlsparte beteiligt.

Angebote konnten bis 21. September eingereicht werden. Der Bundesregierung gehören gut 99 Prozent der Uniper-Aktien, doch sie will die meisten Anteile verkaufen und künftig nur noch 25 Prozent plus eine Aktie halten. Diese Sperrminorität reicht, um weiter mitreden zu können bei der wichtigen Energiefirma. Die Regierung will die Anteile entweder an große Investoren verkaufen oder über einen Börsengang, oder sie kombiniert beide Wege. Entscheidet sich die Regierung für einen Börsengang, könnte dieser schon Anfang kommenden Jahres stattfinden.



Blick auf Unipers Gas- und Kohlekraftwerk Scholven in Gelsenkirchen: Der Konzern importiert und speichert Gas und betreibt Kraftwerke. FOTO: JOCHEN TACK/IMAGO

Arbeitnehmervertreter lehnen einen Verkauf an Finanzinvestoren oder Rivalen ab. „Wir sehen die große Gefahr einer anschließenden Zerschlagung, vor der unsere Mitarbeitenden Angst haben“, sagt Konzernbetriebsratschef Martin Geilhorn. „Nur ein Börsengang würde Uniper als Ganzes erhalten.“

Brüssel verlangt, dass der Staat Anteile abgibt

Dass sich die Bundesregierung überhaupt von Aktien trennen muss, liegt an Auflagen der EU-Kommission. Die Brüsseler Wettbewerbshüter erlaubten Unipers Rettung vor vier Jahren nur unter der Bedingung, dass der Staatsanteil bis 2028 von 99 Prozent auf gut 25 Prozent oder weniger sinkt. Ursache der Krise war, dass Gazprom nach Ausbruch des Ukraine-Kriegs plötzlich die Gasexporte gekappt hatte. Als der Gasfluss aus Russland versiegte, mussten die Düsseldorfer die fehlenden Mengen teuer auf den Märkten zukaufen, um die langfristigen Lieferverträge erfüllen zu können. Die Verstaatlichung durch den Bund diente dazu, eine Pleite abzuwenden.

Uniper ist nicht bloß größter Gasimporteur und -speicherbetreiber des Landes, sondern produziert auch Strom. Den Düsseldorfern gehören Steinkohle- und Gaskraftwerke in Deutschland, den Niederlanden und Großbritannien. In Deutschland und Schweden verfügt der Konzern zudem über Wasserkraftwerke, in Schweden besitzt Uniper außerdem Anteile an den drei Kernkraftwerken des Landes.

Vorstandschef Michael Lewis will bis 2030 fast 1,5 Milliarden Euro in Wasserkraft, Wind- und Solarparks sowie mehr als 2,5 Milliarden Euro in Gaskraftwerke investieren. Die Firma beteiligt sich an den Ausschreibungen der Bundesregierung für neue Gaskraftwerke. Die Betreiber sollen Geld dafür erhalten, diese Kraftwerke vorzuhalten für jene Stunden, in denen Wind und Sonne nicht genug Strom erzeugen. **Björn Finke**

DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über www.sz-content.de
KlasenO
SZ20261009S10849741