



Herr der Fliegen
Unternehmer
Reckhaus will Insekten
retten – und riskiert
damit sein
Geschäftsmodell

Der Bienen-Retter

Insektenvernichter Hans-Dietrich Reckhaus wollte keine Insekten mehr töten – und riskierte sein Geschäftsmodell. Nun kann er auf den Zeitgeist hoffen.

TEXT MARIO BRÜCK

Wer das Insektenparadies im Bielefelder Stadtteil Sennestadt sehen will, muss schwindelfrei sein. Behutsam tastet sich Hans-Dietrich Reckhaus die 15 Tritte auf einer wackeligen Metallleiter nach oben, zwängt seinen fast zwei Meter langen Körper durch eine Luke und wuchtet sich auf das Dach des dreistöckigen Firmengebäudes im Gewerbegebiet an der A2. Der Hüne im dezent blauen Anzug, zeigt auf die Gewerbedächer drumherum und sagt: „Die könnte man doch alle prima begrünen.“

So wie auf seinem Dach, einem Biotop aus kleinen begrasteten Hügeln, Sträuchern, Steinhäufen und Totholz. Das Arrangement soll Käfer, Ameisen, Schmetterlinge, Bienen, Wespen und andere Tierchen anlocken. Reckhaus dreht einen vermordeten Holzklotz herum, ein paar Asseln

und Ameisen suchen sich flugs eine neue Deckung.

Vom Himmel in die Hölle sind es nur drei Stockwerke. Im Erdgeschoss wird alles für den Tod der Insekten vorbereitet. Mitarbeiterinnen stehen an hüfthohen Tischen, verpacken Fallen und schrauben Verschlüsse auf Flaschen. Neben klappern Metallsprühdosen über ein Förderband, in einem Raum lagern blaue Chemiefässer.

Reckhaus ist geschäftsführender Gesellschafter des gleichnamigen Familienbetriebs und produziert mit 60 Mitarbeitern Insektizide für den Hausgebrauch. Motten, Fliegen, Ameisen oder Wespen, alles, was auf Balkonen, in Küchen und Schlafzimmern krecht und flucht, stirbt im Tröpfchennebel seiner Sprays oder verendet an giftigen Klebestreifen. Töten ist das Geschäftsmodell von Reckhaus. Das Geschäft florierte – bis

2012. Seitdem will er keine Insekten mehr vernichten, das konventionelle Insektizidgeschäft nicht mehr fortführen. Er will Tiere retten – ein Sinneswandel, der sein Unternehmen bedroht.

Damit trifft Reckhaus immerhin den Zeitgeist. Ein Volksbegehren zur Artenvielfalt in Bayern, initiiert von einem Bündnis aus der Kleinpartei ÖDP, den Grünen, Naturschützern, Biobauern und Imkern, fand Mitte Februar 1,7 Millionen Unterstützer – fast doppelt so viel wie nötig. Damit ist „Rettet die Bienen“ das erfolgreichste bayerische Plebiszit. Bundesumweltministerin Svenja Schulze (SPD) greift die Dynamik auf und plant nationale Schutzgesetze für Insekten.

Reckhaus' außergewöhnliche Geschichte begann 1995, als er nach seiner Promotion an der Hochschule St. Gallen von seinem Vater die Geschäftsführung des Familienbetriebs übernahm. Der heute 52-Jährige verdoppelte Belegschaft und Umsatz, beliefert den Fachhandel mit der Hausmarke Recozit und Ketten wie Aldi, Rossmann, dm und den Schweizer Handelsriesen Migros mit Handelsmarken. Mit 25 Millionen Euro Umsatz gehörte die Firma zu den führenden Herstellern von Bioziden in Deutschland.

FOTO: LAIF/STEFAN FINGER

Doch vor sieben Jahren entschied sich Reckhaus zu einer unglaublichen 180-Grad-Wende. Reckhaus will nur noch ökologische Insektenschutzmittel produzieren, die ohne giftige Chemie auskommen, stattdessen etwa auf Pheromone setzen, um Insekten in Fallen zu locken, möglichst lebend. Und den Schaden, den er mit seinen Produkten anrichtet, will er kompensieren. Dafür hat er das Siegel „Insect Respect“ mit einem grünen, globusförmigen Käfer als Logo entwickelt und weltweit patentieren lassen. Mithilfe einer Formel, die den Verlust an Biomasse berechnet, die seine Produkte verursachen, lässt Reckhaus Ausgleichsflächen anlegen, also Flachdächer oder Außenanlagen begrünen, wie jene 200 Quadratmeter auf dem Reckhaus-Dach.

Reckhaus' Entgiftungskur hat dem Unternehmen arg zugesetzt. Für seine ökologischen Insektenschutzmittel kämpft er bei Kunden um Aufträge und bei der Belegschaft um Glaubwürdigkeit. Vom Insektenmörder zum Insektenretter – viele halten das für einen Spleen des Unternehmers.

Der Kunst zuliebe

Wie ist es überhaupt dazu gekommen? Reckhaus ist ein Freund zeitgenössischer Kunst und suchte Anfang 2012 den Kontakt zu den Konzeptkünstlern Frank und Patrik Riklin aus St. Gallen. Die Zwillinge sollten seine neue Fliegenfalle vermarkten, konfrontierten ihn dann aber mit der Schattenseite seines Tuns: Sie wollten ihren Namen nicht für etwas hergeben, bei dem es ums Töten gehe. Reckhaus sollte stattdessen sein Geschäftsmodell ändern und Insekten retten. Das klang wahnwitzig, schließlich trug er Verantwortung für Arbeitsplätze, war verheiratet und hatte drei Kinder.

Doch irgendwie hatten die Künstler bei ihm einen Nerv getroffen. Nach zwei schlaflosen Nächten war Reckhaus bereit, den Schalter umzulegen. Gemeinsam entwickelten sie eine Strategie, die den langsamen Ausstieg aus dem Insektizidgeschäft und die Entwicklung von „Insect Respect“ vorsah.

Startschuss war noch im selben Jahr die Kunstaktion „Fliegen retten in Deppendorf“: Bewohner des Bielefelder Vororts brachten 902 lebendig gefangene Fliegen zu einem Dorffest mit. Eine von ihnen wurde Erika getauft und per Flugzeug – mit eigener Bordkarte – von Paderborn nach München geflogen und von dort per Taxi ins Schlosshotel Elmau chauffiert. Das ambivalente Verhältnis zwischen Mensch und Insekt sollte durch absurde Überhöhung ins Bewusstsein der Menschen gebracht werden. Ihre letzte Ruhestätte fand die präparierte Erika in ei-

nem Sarg aus Panzerglas, im Gang zur Mensa der Uni St. Gallen. Dort stehe Erika als Sinnbild dafür, „dass Kunst den Businessplan einer Firma zu beeinflussen vermag“, hieß es in einer Rede der Kunstkommission.

Der Unternehmer geht ein hohes Risiko. „Reckhaus hat einen radikalen Änderungsprozess gewagt“, sagt Christine von Fragstein. „Dabei beweist er große Ausdauer und langen Atem.“ Die Düsseldorfer Filmkuratorin und Prozessbegleiterin arbeitet mit den Riklins an einer Langzeitdokumentation. Seit 2012 haben sie den Wandel mit der

„Ich dränge mit allen Mitteln den Markt für Insektizide zurück. Aber ich biete Alternativen“

HANS-DIETRICH RECKHAUS
Firmeninhaber

Kamera begleitet, wollen 150 Stunden Filmmaterial in eine 90-minütige Doku pressen. „Kino wäre natürlich toll“, sagt von Fragstein. Ein Happy End ist ungewiss.

Nach dem medialen Stimmungshoch in Deppendorf folgten Tiefschläge. Reckhaus' Vater sprach kaum noch mit ihm. Inzwischen habe sich der Senior arrangiert, sagt der Junior, überzeugt sei der 92-Jährige nicht. Auch die Mitarbeiter fanden, die Viertelmillion Euro für die Aktion wäre besser in Löhne und Infrastruktur investiert gewesen. Das Schlimmste aber: „Ich habe vier Jahre lang keinen Kunden für Insect Respect gefunden.“ Bei den Handelsketten handelte er sich höfliche Abfuhr ein. „Die hielten mich für verrückt.“ Erst bei einem Vortrag Mitte 2017 fand er Gehör. Im Publikum saß Götz Werner. Der dm-Gründer sprach Reckhaus an. „Ich möchte, dass unsere Produkte ihr Siegel tragen.“

Ein Jahr später klopfte Aldi Süd an. Der Discountriege bringt mehrmals jährlich unter der Eigenmarke Pritex Produkte wie insektizidfreie Klebefallen mit dem Insect-Respect-Siegel in sein Aktionsgeschäft. „Wir haben Herrn Reckhaus als einen leidenschaftlichen Pionier für Biodiversität kennengelernt“, sagt Julia Adou, Leiterin Unternehmensverantwortung bei Aldi Süd.

Zwischen 10 und 20 Cent pro Produkt fließen über Insect Respect in den Bau von Ausgleichsflächen. Wie etwa beim Neusser Kräuterhersteller Herrmann, der rund 9000

Quadratmeter auf seinem Firmengelände begrünen ließ. Auch der Schokoladenriese Ritter Sport verwandelte eine riesige Grünfläche in ein Insektenparadies. Derzeit verhandelt Reckhaus mit einem weiteren deutschen Konzern. „Es geht um 60 000 Quadratmeter“, strahlt er.

Kritik von beiden Seiten

Reckhaus sitzt in seinem Besprechungsraum vor einer Bücherwand mit Titeln wie „Stachel und Staat“, „Rote Liste“ und „Artenschutz durch Habitatmanagement“. Er legt die Hände auf die Tischplatte, greift nach seiner Brille. An den Ärmeln blitzen zwei Manschettenknöpfe in Form einer dicken Hummel, handgefertigt in England, aus Silber und Emaille – ein Geschenk seiner Frau, einer Kunsthistorikerin, die damals zu ihm sagte: „Hans, das kannst du nicht machen.“

Doch Hans konnte. Er spricht schnell und viel, ist um keine Antwort verlegen. Nur bei der Frage, wie viel Umsatz ihn der radikale Kurswechsel seit 2012 gekostet habe, drückt er herum. „Da will ich gar nicht so gerne drüber reden.“ Er mache noch so um die 20 Millionen Euro. Das reiche. Aber er habe Mühe, das Geschäftsmodell zu drehen. Einen Moment lang klingt er resigniert, fast hoffnungslos. Es fallen Sätze wie „Meine Rendite ist voll im Keller“ und „Ich will keine Insektizide mehr machen, aber auch meine Firma und meine Mitarbeiter nicht verlieren“. Er sei zum Erfolg verdammt. „Sonst war alles nur ein intellektuelles Luftschloss.“

Vielen geht sein Engagement nicht mal weit genug: So lange er Insekten töte, so lange sei Insect Respect nur ein Ablasshandel, sagen Naturschützer und Wettbewerber. Reckhaus hält dagegen: Seit Jahren habe er nicht ins Stammgeschäft investiert, weder in Maschinen noch Produktneheiten. „Wozu auch? Mach ich nicht!“, sagt er trotzig. „Ich will dieses Geschäft nicht mehr.“ Da ist er wieder, der bedingungslose Kämpfer für seine Idee und für die Insekten. „Ich dränge mit allen Mitteln den Markt für Insektizide zurück. Aber ich biete ja auch eine Alternative.“

Seit Anfang März druckt Reckhaus als erster Biozidhersteller den Warnhinweis „Tötet wertvolle Insekten“ auf seine Marken. Freiwillig. Neuen Umsatz will er sich mit dem Ausbau von Insect Respect im Ausland und durch neue Lebendfallen schaffen. Und einem neuen Geschäftsmodell: „Ich möchte den Bau von insektenfreundlichen Lebensräumen auf professionelle Füße stellen.“ Künftig will er Beratung und Bau von Ausgleichsflächen in Eigenregie betreiben. „Vielleicht kann ich einen Teil meiner Mitarbeiter dann als Landschaftsgärtner beschäftigen.“ ■