



EHRENPLATZ FÜR FLIEGE ERIKA

58-64

Als der Insektizid-Hersteller Dr. Hans-Dietrich Reckhaus seinem Vater erklärt, er plane die Kunstaktion »Fliegen retten in Deppendorf«, geht der Senior entsetzt auf Tauchstation. Er hört erst auf, sich für seinen Sohn zu schämen, als der frühere Bundesumweltminister Klaus Töpfer ihm sagt: »Herr Reckhaus, Sie müssen ja mächtig stolz sein auf Ihren Sohn.«

 Willi Näf

 Daniel Ammann

Morgennebel in Gais im Schweizer Appenzellerland. Dr. Hans-Dietrich Reckhaus verspätet sich um wenige Minuten. Eine nette Mitarbeiterin bringt Kaffee. »Er ist weltgewandt, sehr engagiert, kommunikativ«, bereitet sie mich aufs Treffen vor.

Bordkarte für eine Fliege

Flippi haben wir 2011 als Leimfalle entwickelt. Mit Deckel, damit man die toten Fliegen nicht sieht. Ich fahre also nach St. Gallen zu den Konzeptkünstlern Frank und Patrik Riklin. Ihr Nullstern-Hotel und die Überlegungen dahinter haben mich begeistert.

»Macht mir fürs Marketing eine laute Kunstaktion«, sage ich den Künstler-Zwillingen, »Ziel: 2013 soll Flippi bei Rewe oder Edeka gelistet sein. Budget: 100 000 Franken.«

Hans-Dietrich Reckhaus weiß schon als Junge, dass er das Familienunternehmen weiterführen wird: Reckhaus GmbH & Co. KG Bielefeld, Entwicklung und Herstellung von Insektiziden. Sein Vater Klaus war beim Ende des Zweiten Weltkriegs gerade mal neunzehn. Er wollte es schaffen. Und er schaffte es. Tag und Nacht, zusammen mit seiner Frau. Hans-Dietrich wächst größtenteils bei seinen Großeltern auf. Er will einmal ein dickes Auto. Insekten zum Bekämpfen wird es wohl immer geben. Nicht wahr.

Mitte 2011 stehe ich wieder im Atelier von Frank und Patrik Riklin. Die Stimmung ist trüb. »Hans«, sagen die Brüder, »dein Produkt ist schlecht. Es tötet Fliegen. Dafür ge-

ben wir unsere Kunst nicht her. Aber wir wissen etwas Besseres. Fliegen retten. Wir organisieren die größte Fliegenrettungsaktion der Welt, losen eine der Fliegen aus, setzen sie in eine Lufthansa-Maschine und fliegen sie in ein Wellnesshotel.«

Eine Fliegenfalle bewerben, indem man Fliegen rettet. Was für eine Idee!

Der pragmatische Rebell

Ende der 80er studiert Hans-Dietrich Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen (HSG), wie es sich für einen Unternehmersohn gehört. Doch die Kaderschmiede wirft beim Studenten mehr Fragen auf, als sie beantwortet. Seine Großeltern hatten ihm Bescheidenheit und Demut vermittelt. Ihre und seine Ethik passen nicht zur HSG, zu seinem Vater, zu seiner Zukunft. Um die BWL hinzuwerfen und zur Philosophie überzusetzen, ist Hans-Dietrich nicht stark genug. Es wäre ein Verrat an den Eltern. Lieber setzt er auf Nebenfächer wie Alkohol und Tabletten. Und er rebelliert pragmatisch: Mit einer Diplomarbeit über den »Aufbau strategischer Erfolgspositionen durch KMU aus Umweltschutzüberlegungen«, dargestellt am Beispiel der deutschen Spraydosenbranche – abgegeben auf Umweltschutzpapier, so grau, wie Umweltschutzpapier 1990 eben noch ist. Die Arbeit spricht für sich: Sie ist eine reine Kritik am elterlichen Unternehmen.

Eine Fliegenfalle vermarkten, indem man Fliegen rettet. Was für eine Idee! Aber sie setzte bei mir Energien frei. Zwei Nächte lag ich wach, zwei Abende bearbeitete ich meine Frau. »In Gottes Namen«, seufzte Julianne schließlich, »du wolltest immer mal was mit Frank und Patrik machen, so rettet halt Fliegen.« Zwölf Monate haben wir am Konzept gearbeitet, viele Nachmittage lang. »Die Aktion reicht uns nicht«, sagten die Brüder, »ändere dein Geschäftsmodell. Entwickle Produkte zur Rettung von Fliegen. Investier einen Betrag pro verkauftes Produkt in weitere Rettungsaktionen.« Darauf erwiderte ich: »Warum nicht konsequent weiterdenken? Besser als 1000 Fliegen zu töten und 10 zu retten, wäre doch, 1000 Fliegen zu töten und 1000 zu retten. Warum nicht insektenfreundliche Lebensräume anlegen und so den ökologischen Schaden meiner Produkte kompensieren?« Wir waren alle außer uns. Wir wussten, das wird etwas Großes!

Wir waren außer uns. Wir wussten, das wird etwas Großes!

Der Fliegeneid der Verschwiegenheit

Im Oktober 1990 nimmt Hans-Dietrich Reckhaus nach vier Jahren HSG sein Lizenziat entgegen. Prof. Dr. Hans Jobst Pleitner nötigt ihn für den nächsten Tag in sein Büro. Er soll dissertieren. Bei ihm. Es ist ein Angebot auf dem Silbertablett. Auf den Tag genau zwei Jahre

später reicht Reckhaus seine Dissertation über Erfolgsstrategien von KMU ein und geht direkt zurück nach Bielefeld: Fliegen bekämpfen.

Für die Fliegenrettung suchten wir bei Bielefeld ein Dorf. Fünf Gemeinden ließen uns abblitzen. Dann lernten wir Gundula Diering kennen, die uns die Türen öffnete – in Deppendorf. Ausgerechnet! Eigentlich wollten wir ja ernst genommen werden. Aber es passte. Wochen später standen wir mit einem Dutzend Deppendorfern in einer alten Mühle im Kreis und schworen mit dem »Fliegeneid«, bis zur Aktion den Mund zu halten. Wir mussten die Fäden in der Hand behalten.

Ich gründete die Marke »Dr. Reckhaus« für Produkte zur Bekämpfung von Insekten mit ökologischer Kompensation, schuf das Gütesiegel Insect Respect und ließ es weltweit schützen. Alle sollten umdenken – Konkurrenz, Handel, Migros, Aldi – alle. Sie sollten ihre Produkte mit meinem Gütesiegel etwas teurer verkaufen, ich würde den ökologischen Schaden der Produkte berechnen, dafür insektenfreundliche Lebensräume anlegen und von den Lizenzeinnahmen leben.

Mit und ohne Vater

1993 und 1994 arbeiten Selfmademan senior und Doktor junior in ihrer Firma – zeitgleich, aber nicht zusammen. Der Vater spricht nicht mit dem Sohn. Der Sohn bastelt im Büro kluge Konzepte und ist unglücklich. Schließlich eröffnet er seinem Vater, er wolle zurück an seine Alma Mater in St. Gallen, als Dozent für Betriebswirtschaft für KMU. Auch Ehefrau Julianne freue sich auf die Schweiz. Andern-

tags steht der Vater im Büro und sagt: »Wenn du die Firma haben willst – am 31. Dezember bin ich draußen.« Hans-Dietrich weiß: Wenn er jetzt an die Uni geht, dann wars das. Auch mit dem Elternhaus. Der Vater ist ein stolzer Mann. An die Uni aber könnte er auch später noch. Also bleibt er im Unternehmen. Ab 1995 leitet Reckhaus sein KMU ohne Vater, ohne Aufsichtsrat, ohne Aktionäre, aber mit der Freiheit, schädliche Wirkstoffe zu ersetzen, Sprays ohne Treibmittel zu entwickeln und festzustellen, dass keiner sie kauft.

Es schmerzt. Der Handel hat zunächst kein Interesse an einem Gütesiegel.

Vor Deppendorf informierte ich drei große Kunden. Ich dachte, wenn die in der Zeitung lesen, Herr Dr. Reckhaus rettet jetzt Fliegen, brechen sie die Geschäftsbeziehung ab. Der Grundtenor war: »Produzieren Sie mal seriös weiter und lassen sie es gut sein. Ihre Aktion ist Kunst und hat mit der Realität nichts zu tun.« Einer erklärte: »Herr Reckhaus, erwähnen Sie niemals unseren Namen, sonst denken die Leute, wir würden Sie unterstützen beim Fliegenretten.«

Spätestens da wurde mir klar: Das kann dir gewaltig um die Ohren fliegen. Die Leute werden sich denken: entweder ist das ein extrem flacher Marketing-Gag oder der Reckhaus hat nicht alle Tassen im Schrank.

Beides wäre Antiwerbung. In den Gesprächen mit Frank und Patrik begriff ich, dass ich akzeptieren musste, nicht verstanden zu werden. Ich hatte zwei Alternativen: Entweder ich breche ab. Oder ich befreie mich von der ökonomischen Konsequenz und ziehe es nur aus einem Grund durch: weil ich es für richtig halte.

Der Anfang vom Ende

Moral egal, Ellbogen wichtig, Inhalte nebensächlich, Verträge lang: Im Alltag seines KMU zählt all das, was Reckhaus an der HSG nicht hatte akzeptieren wollen. Er kann seine Ideale nicht leben. Im neuen Jahrtausend geht er dann in den Spagat: Er behält in Bielefeld Giftküche und Auskommen, zieht aber nach Teufen in der Schweiz, schreibt Belletristik oder Bücher über Betriebswirtschaft, ist mit Künstlern befreundet und macht Schönes und Gutes. Selbstverwirklichung als pragmatische Form von Resignation.

Meine Mitarbeiter hatten Angst vor der Aktion in Deppendorf. Und ich hatte ein schlechtes Gewissen. Aber die größte Herausforderung war mein Vater. Frank, Patrik und ich aßen mit ihm zu Abend, ich erzählte ihm vorsichtig die schmalste Version dessen, was wir planten. Zwei Tage vor der Aktion brachen meine Eltern dann auf zur ersten Kreuzfahrt ihres Lebens, so weit wie möglich weg von Deppendorf.

Eine Woche vor der Aktion weihten wir in einer Abendveranstaltung die Deppendorfer ein. Der Ort zog mit. Am 1. September 2012 retteten die Einwohner genau 902 Fliegen

Wenn ich dranbleibe, fangen wir in fünf Jahren an, damit Geld zu verdienen. Wenn nicht, dann nicht.

und brachten sie ins fahrbare Fliegenhotel bei der Festwirtschaft. Eine Fliege wurde ausgelost und mit dem Hubschrauber nach Paderborn gebracht, wo die Lufthansa ihr eine Bordkarte auf den Namen »Fliege Erika« ausstellte und sie zusammen mit ihrem Retter und seiner Partnerin zu einem Wellness-Wochenende auf Schloss Elmau flog.

Die Resonanz auf die Aktion ist enorm. Be- schuss hier, Begeisterung da. Zwei Monate später lädt Hans-Dietrich Reckhaus Ge- schäftspartner, Nachbarn und Freunde ein zur Eröffnung der ersten Insektenausgleichsfläche der Welt auf dem Dach seiner Firma in Biele- feld. Kaum jemand kommt. Es schmerzt. Der Handel hat kein Interesse an seinem Gütesie- gel. Und die Kunden kaufen weiterhin seine konventionellen Fallen und Gifte.

Das Ende vom Anfang

Meine Abnehmer dachten sich, okay, Reck- hausens Kunstfimmel brauchen wir nicht zu verstehen, solange er nett bleibt und gute Ware liefert. Jemand sagte mir: »Dr. Reck- haus, Sie sind mir ja ein pfliffiges Schlitzohr: Erst töten Sie Insekten und verdienen Geld, dann schützen Sie Insekten, die wir dann

wieder töten müssen, und verdienen somit doppelt.« Mein Vater stichelte: »Na, wie viel hat dich die Fliegenretterei schon gekostet? Wie viele Produkte deiner neuen Marke ver- kaufst du so?«

Ich hörte auf, Marke und Gütesiegel zu ver- markten. Dafür las ich mich daheim in die neuen Themen ein: Nachhaltigkeit, Umwelt und Insekten, bis meine Kinder sagten, »Pa- pa, du musst öfter in die Firma gehen und Geld verdienen.« Meinen Idealismus lebte ich außerbetrieblich, hielt Vorträge und nahm Ethikpreise entgegen.

Und dann, vier Jahre nach Deppendorf, or- ganisierte das Magazin »brand eins« eine Tagung in Hamburg. Nach meinem Vortrag kam einer zur Bühne: »Herr Reckhaus, ich möchte Ihr Gütesiegel auf meinen Produkten, mein Name ist Götz Werner.« Götz Werner! dm Drogeriemärkte. 3500 Läden in dreizehn Ländern. Das war der Durchbruch. Wochen später trugen seine Produkte mein »Insect Respect«-Gütesiegel.

Zu einer späteren Tagung hatte ich Klaus Töpfer eingeladen, den ich zuvor bei einer Preisverleihung kennengelernt hatte, wo er in der Jury saß. Der frühere Bundesumwelt- minister neigte sich zu meinem Vater hinü- ber und sagte: »Herr Reckhaus, Sie müssen ja mächtig stolz sein auf Ihren Sohn.«

2018 kommt Aldi Süd dazu, 2019 Rossmann. Drei der fünf Großen bieten heute Insektenbe- kämpfungsmittel an, auf denen geschrieben steht, es sei das Ziel, in Zukunft weniger da-

von einzusetzen. Reckhaus kompensiert derweil mit Biologen und Landschaftsgärtnern die ökologischen Schäden – berechnet aufgrund der zerstörten Biomasse an Insekten.

Dieses Abenteuer war es wert

Noch verkaufen sich die konventionellen Produkte weit besser. Aber sie tragen seit Anfang dieses Jahres vorne auf der Packung einen großen Warnhinweis: »Tötet wertvolle Insekten.« Die Etiketten geben Tipps zur Vermeidung von Insektenbefall und nennen alternative Möglichkeiten der Bekämpfung. Reckhaus experimentiert mit Lebendfangfallen. Auch als Autor hat Reckhaus Erfolg: »Insect Respect«, das Buch des Schweizer Ethikpreisträgers 2015, liegt in achter Auflage vor.

Meine Mitarbeiter entspannen sich, viele sind stolz. Firmen, die mit Insektenbekämpfung gar nichts zu tun haben, kommen zu mir und sagen: »Wir haben es verstanden. Bauen Sie auch für uns insektenfreundliche Lebensräume.« Wenn ich dranbleibe, fangen wir in fünf Jahren an, damit Geld zu verdienen. Und wenn nicht, dann nicht. Ich weiß,

dass es richtig ist. Menschen sagten mir, Deppendorf hätte ihre Sicht auf die Natur, die Kunst, auf das Leben verändert. Für mich ist klar: Egal, was noch kommt, allein dieses Abenteuer war es wert. Beim Klettern, Segeln, Fliegen, Tauchen hast du alle möglichen Sicherheitssysteme. Aber mit wildfremden Leuten eine vordergründig völlig verrückte Idee zu lancieren – das ist ein wahres Abenteuer.

Seine Eltern mit Jahrgang 1926 und 1933 sieht Reckhaus alle zwei Wochen. Sie reden regelmäßig über Insect Respect. Der Vater freut sich über jeden Artikel und gratuliert seinem Sohn zu jeder Auszeichnung. Die Fliege Erika, die das Leben von Reckhaus auf den Kopf gestellt hat, liegt heute ehrenvoll aufgebahrt in einem Glaskasten, eingelassen in den Boden der Kaderschmiede der Universität St. Gallen.

Der Morgennebel in Gais hat sich inzwischen aufgelöst, der Kaffee ist ausgetrunken. Die Mitarbeiterin hat recht: Dr. Hans-Dietrich Reckhaus ist weltgewandt, sehr engagiert, kommunikativ.



Willi Näf

ist Satiriker, Autor und Kolumnist. Nach Buch- und Hörspielproduktionen hat er sich gefreut, wieder mal ein Porträt schreiben zu dürfen.