



Fliegentöter, Fliegenretter

Hans-Dietrich Reckhaus verkauft Mittel zur Insektenbekämpfung - und setzt sich für den Schutz von Insekten ein. Im Interview erklärt er, warum das für ihn kein Widerspruch ist.

INTERVIEW; SINA WILKE

Herr Reckhaus, wann haben Sie das letzte Mal ein Insekt getötet?

Gestern Abend, eine Mücke im Schlafzimmer.

Und wann haben Sie das letzte Mal ein Insekt gerettet?

Heute Morgen – mit einem Fruchtfliegenretter, den ich neu auf den Markt gebracht habe. Er steht bei uns in der Küche und da war heute Morgen eine Fruchtfliege drin, die ich natürlich nach draußen gebracht habe.

Sie haben 1995 von Ihrem Vater dessen Firma zur Insektenbekämpfung übernommen. Heute setzen ausgerechnet Sie sich für Insekten ein. Wie kam es dazu?

Ich habe nie ein schlechtes Gewissen gehabt mit meinen Produkten. Ich fand sie zwar auch nicht toll, aber ich sah sie als gute Problemlöser. 2011 habe ich dann eine neuartige insektizid-freie Fliegenfalle entwickelt. Weil ich Kunstfreund bin, habe ich mit deren Vermarktung zwei Konzeptkünstler beauftragt. Zwei Monate später komme ich in ihr Atelier und die beiden eröffnen mir, dass sie lange über mein Produkt nachgedacht hätten und zu dem Schluss gekommen seien, dass es einfach nur schlecht ist, weil es Fliegen tötet. Sie

sagten: „Auch Fliegen sind wichtige Tiere“, und überhaupt: „Wie viel Wert hat eine Fliege für Sie, Herr Reckhaus, als Insektenbekämpfer?“

„Herr Reckhaus, Sie müssen mit dem Töten aufhören!“

Konzeptkünstler

Wie war das für Sie?

Es hat mich getroffen. Und die beiden haben nicht aufgehört, sie haben gesagt: „Herr Reckhaus, Sie müssen aufhören mit dem Töten! Sie müssen retten statt zu töten!“

Warum hat Sie das so getroffen? Dass Ihre Produkte Insekten töten, war ja nichts Neues.

Die Frage hat mich getroffen, weil ich mir diese Realität nicht klargemacht habe oder vor ihr weggelaufen bin. Und niemand zuvor hatte mir in meinem Unternehmerleben diese Frage gestellt, mir den Spiegel vorgehalten.

Wie ging es weiter?

Die beiden haben mir ein Rettungsprodukt gezeigt, eine Lebend-Fliegenfalle, und ich

dachte: Eine Fliege retten, was ist denn das für'n Quatsch? Ich habe denen gesagt: Ist ja schön und gut, aber keiner wird dieses Produkt kaufen, und es ist ja auch komplett gegen mein Geschäft. Und dann haben sie mir noch eine Fliegenrettungsaktion präsentiert: Sie wollten ein Dorf suchen und mit den Menschen dort über die Frage diskutieren, wie viel Wert ein Insekt hat. Ich habe denen gesagt: Das finde ich künstlich ganz toll, aber die Aktion ist ja völlig gegen mein Unternehmen. Meine Produkte töten, da kann ich nicht den Leuten sagen: Ich rette jetzt Insekten.

Am Ende haben Sie die Aktion doch gemacht ...

Nach dem Gespräch war ich völlig betroffen und konnte keinen normalen Gedanken fassen. Aber diese Aktion „Fliegen retten“ hat mich nicht mehr losgelassen. Ich habe gedacht: Meine Produkte haben so viele Insekten auf dem Gewissen. Da ist es doch nur sympathisch und richtig, dass ich für ein Mal zurückgebe. Ich habe zwei Nächte nicht geschlafen, dann habe ich die Künstler angerufen und gesagt: Wir realisieren.

Bei „Fliegen retten in Deppendorf“ sollten die Einwohner möglichst viele Fliegen fangen und in ein Fliegenhaus bringen.

gen. Zwei der Teilnehmer haben ein Wellness-Wochenende in Bayern gewonnen. Sie flogen mit dem Flugzeug hin und eine Fliege – Erika – kam mit. Eine total verrückte Aktion – was wollten Sie damit erreichen?

Erstens ist es doch megasympathisch, wenn ich als Insektentöter ein Mal zum Insektenretter werde. Und das Zweite: Es war eine Kunstaktion, die das Bewusstsein in die Gesellschaft bringen sollte, über unseren Umgang mit Insekten nachzudenken.

Waren Ihre Beweggründe eher die Ethik oder das Marketing?

Zunächst war es 80 Prozent ethisch und 20 Prozent Marketing. Wir haben versucht, das mit einem Großkunden durchzuziehen, aber alle haben abgesagt. Damit wurden die letzten 20 Prozent Marketing-Überlegungen gestrichen und ich habe die Aktion gemacht mit der Überzeugung, dass mir das wirtschaftlich nichts bringen wird. Aber ich schaffe gesellschaftliches Bewusstsein.

Die Fliege Erika flog dann mit ins Hotel in Bayern, bekam sogar einen eigenen Sitzplatz im Flugzeug. Wieso hat sie nicht die Bahn genommen?

Weil wir ein Mal ein Insekt wie einen Menschen behandeln wollten. Und der Mensch fliegt. Das ist Augenhöhe!

Sie wollten auf unser Verhältnis zu Insekten aufmerksam machen und verkauften Mittel zu ihrer Tötung. War das für Sie kein Widerspruch?

Am Anfang war das für mich widersprüchlich. Aber ich habe es dann ja nicht bei der einmaligen Aktion belassen, sondern die Insektenrettung in mein Geschäftsmodell integriert.

Wie haben Sie das gemacht?

Zuerst habe ich mich mit den Schäden meiner Produkte beschäftigt. Das heißt, wir haben berechnet, wie viele und welche Insekten unsere Produkte töten, und wie wir diesen Verlust kompensieren können. Wir haben dann die ersten ökoneutralen Biozide der Welt hergestellt.

Das Label „Insect Respect“ auf Ihren Produkten bedeutet, dass Sie als Ausgleich für deren Herstellung artgerechte Lebensräume für Insekten schaffen.

Leider habe ich zunächst keinen einzigen Kunden dafür gefunden. Das ist acht Jahre her, da fanden es alle noch völlig verrückt, sich für Insekten einzusetzen. Ich habe

mich dann zwei Jahre in die Materie eingelesen, danach wusste ich: Insekten sind dramatisch zurückgegangen. Es reicht nicht zu kompensieren. Also habe ich angefangen, den Markt der Insektenbekämpfung zu reduzieren. Das neue Bewusstsein heißt: Kaufe weniger, und wenn überhaupt, dann insektizidfrei und mit ökologischer Kompensation!

Sie haben auf Ihre Produkte Warnhinweise drucken lassen: „Tötet wertvolle Insekten“. Also wie auf Zigarettenpackungen – nur, dass Sie es freiwillig machen. Warum greifen Sie ihre eigene Geschäftsgrundlage an?

Ich hab doch gar keine andere Chance! Insekten sind wichtig und dramatisch bedroht. Ich kann doch nicht in den Spiegel gucken, wenn ich den Kunden wieder eine billige Doppelpackung Insektenspray verkauft habe, damit ich meine Kasse fülle.

„Wenn ich heute mit Insektiziden aufhöre, habe ich keine Kunden mehr und meine Mitarbeiter stehen auf der Straße.“

Noch einmal: Insektenbekämpfungsmittel verkaufen und gleichzeitig für Insekten kämpfen. Ist das für Sie kein Widerspruch?

Es ist doch eine ganz klare Logik: Wenn man Insekten tötet, muss man sich auch für sie einsetzen. Für mich ist es folgerichtig, dass ich Insekten rette. Ich mache den Schaden, also muss ich auch Insekten fördern. Inzwischen bin ich der größte Insektenretter Deutschlands.

Warum waren Sie nicht konsequent und haben zum Beispiel Ihr Unternehmen verkauft?

Nein, wenn man konsequent ist, dann dreht man das eigene Unternehmen und damit die ganze Branche. Wenn ich meinen Laden verkaufe, wer kauft den? Konkurrenten, die genauso weitermachen wie bisher. Damit würde ich meine 60 Mitarbeiter im Stich lassen und die Branche weiter anfeuern. Und ohne ein Unternehmen im Rücken habe ich doch gar keine Stimme! Ich arbeite mittlerweile mit Rossmann, dm und Aldi zusammen, da habe ich einen Hebel. Für mich heißt konsequent sein: Für meine eigenen Produkte eine Antwort zu finden.

Was ist Ihre Vision?

Dass ich weltweit den Markt für Insektenbekämpfung revolutioniere. Dass wir möglichst alle Tiere im Haushalt mit Lebendfangfallen retten. Und am Ende möchte ich gar keine Produkte mehr machen, die Insekten töten. Ich möchte meine Mitarbeiter umschulen zu Landschaftsgärtnern, möchte eine Akademie aufbauen, in der wir Landschaftsgärtner europaweit schulen, damit sie insektenfreundliche Lebensräume schaffen. Dafür brauche ich aber Kunden. Und wenn ich heute mit Insektiziden aufhöre, habe ich keine Kunden mehr und meine Mitarbeiter stehen auf der Straße. Notgedrungen muss ich also noch eine Zeit lang weitermachen – aber ich darf auch weitermachen, weil auf jedem meiner Produkte ein Warnhinweis steht, Informationen zum Wert der Insekten und ganz viele Präventionstipps, wie sie gar nicht erst ins Haus kommen. So will ich den Markt reduzieren.

Inwiefern rechnet sich Ihr Weg bislang wirtschaftlich?

Ich mache das Gros des Umsatzes mit den herkömmlichen Produkten. Weil ich aber nicht mehr in sie investiere und die Verkaufsanstrengungen praktisch eingestellt habe, habe ich in den letzten fünf Jahren 25 Prozent meines Umsatzes verloren und 75 Prozent der Rendite. Also ökonomisch rechnet sich das überhaupt nicht. Aber meine Herangehensweise hat sich geändert: Ich habe früher noch gelernt, man solle möglichst viel Geld verdienen und damit etwas Sinnvolles machen. Ich möchte aber möglichst viel Sinnvolles leisten und damit Geld verdienen.

Glauben Sie, dass es möglich ist, gar keine Insekten im Haushalt zu töten?

Nein. In dieser Konsequenz natürlich nicht. Ich glaube aber, dass ein ehrlicher, guter Markt noch 20 Prozent vom heutigen hätte. ●

Dr. Hans-Dietrich Reckhaus führt das Bielefelder Unternehmen Reckhaus, das Mittel zur Insektenbekämpfung in privaten Haushalten herstellt und vertreibt, in zweiter Generation. Für seinen Einsatz für Insekten hat er zahlreiche Preise gewonnen. Er initiierte den „Tag der Insekten“ und veröffentlichte Bücher zur Bedrohung von Insekten.

Am 15. September erscheint sein neues Buch: **Fliegen lassen**: Wie man radikal und konsequent neu wirtschaftet. Murmann Verlag, ISBN 978-3867746632.

