

Insekten retten als Geschäftsmodell

Auf dem Dach oder am Boden: Schon wenige Quadratmeter können – richtig angelegt – Insekten retten, die Artenvielfalt steigern und CO₂ binden. Seit zehn Jahren verfolgt Hans-Dietrich Reckhaus mit „Insect Respect“ eine Geschäftsidee, die Teil eines außergewöhnlichen unternehmerischen Wandels ist.

Julia Fahl

Die schlechte Nachricht zuerst: Insekten werden immer weniger. Mehr als 40 Prozent aller Insektenarten sind in ihrem Bestand gefährdet. Knapp fünf Prozent gelten bereits als ausgestorben. Schuld sind wir Menschen, weil wir ihnen die Lebensräume rauben und sie töten. Dabei sind wir auf Insekten angewiesen. Die Kleinen leisten Großes: Unter anderem bestäuben sie unsere Wild- und Kulturpflanzen, produzieren unsere Nahrungsmittel mit, machen unsere Böden fruchtbar, helfen bei der Textilproduktion und sind selbst ein bedeutender Teil der Nahrungskette.

Es gibt aber auch eine gute Nachricht: Schon 450 Quadratmeter Dachfläche können – richtig angelegt – sehr viel für die Artenvielfalt tun und Insekten retten. Beim Bielefelder Taschenhersteller Halfar grünen und blühen schon seit drei Jahren regionale Pflanzen auf dem Dach, und seitdem summt, brummt und krabbelt es dort auch. „Insect Respect“ hat's möglich gemacht. Es ist das weltweit erste Gütezeichen für einen respektvollen Umgang mit Insekten. Ins Leben gerufen wurde es 2012 ausgerechnet vom Bielefelder Insektenbekämpfungsmittelhersteller Reckhaus.

Reduktion des Marktes, um Insekten zu retten

Dessen Geschäftsführer Hans-Dietrich Reckhaus strebt einen nachhaltigen Wandel an. Gemeinsam gesagt: Er forciert eine Reduktion seines Marktes und – es ist das höhere Ziel – ein gesellschaftliches Umdenken im Umgang mit unserer Natur. „Die Verbraucher sollen weniger Insektenvernichtungsmittel kaufen“, erklärt er. „Und wenn sie kaufen, dann am besten unsere insektizidfreien Produkte, die eine ökologische Kompensation in Form von insektenfreundlichen Ausgleichsflächen sicherstellen.“ Um das Insektensterben zu stoppen.

Insektenflächen bringen viele Vorteile mit sich

Auf dem Halfar-Dach ist so ein artenreiches Biotop entstanden, das Sechsheinern Nahrung, Verstecke und Überwinterungsmöglichkeiten bietet. Ein Insektenparadies.

Aber auch am Boden gestaltet „Insect Respect“ Flächen um, die dann nicht nur Insekten anlocken, sondern auch Amphibien, Reptilien, Gliederfüßer, Schnecken und damit auch Vögel. „Unsere Flächen machen unendlich viel mehr, als nur Insekten zu schützen“, sagt Hans-Dietrich Reckhaus und zählt die Vorteile auf: „Sie sind widerstandsfähiger, nehmen Regenwasser auf, trocknen weniger aus, verbessern das Umgebungsklima, binden CO₂ und Feinstaub, fördern die Artenvielfalt – und müssen im Vergleich zum Rasen kaum gepflegt werden.“

Ein Widerspruch, der eigentlich keiner ist

Aber Moment: Ein Unternehmer, der Insekten rettet und dafür wirbt, es ihm gleichzutun, gleichzeitig aber ein mehr als 60 Jahre altes Unternehmen führt, das mit der Produktion von Insektenvernichtungsmitteln groß geworden ist und immer noch davon lebt? Für viele ist das ein Widerspruch, für Hans-Dietrich Reckhaus aber keineswegs. Er ist mittendrin in einer unternehmerischen



Stimme der Insekten: Hans-Dietrich Reckhaus hat sein unternehmerisches Handeln mittlerweile dem Schutz der Insekten verschrieben.

Foto: Insect Respect/Jelena Gernert

Transformation, die ziemlich einzigartig sein dürfte. Wie kam es dazu?

Ein Unternehmen mit Geschichte

1995 übernahm Hans-Dietrich Reckhaus das florierende Unternehmen seines Vaters. Seitdem leitet er den Familienbetrieb in zweiter Generation. Viele Jahre davon agierte er als „ganz normaler Unternehmer“, wie er sagt. Ein Unternehmer, der seine Produkte lange nicht infrage stellte. Unter der 1961 von seinem Vater ins Leben gerufenen Marke „recozit“ ließ er unter anderem Mottenpapier, Ameisenköderdosen, Fliegenfänger und Insektensprays herstellen – und tut es bis heute. Auch für Handelspartner wie Aldi, Rossmann, dm und Müller in Deutschland, Spar in Österreich und Migros in der Schweiz stellt Reckhaus Produkte her, die diese dann zum Teil unter ihren Eigenmarken verkaufen. „Das sind alles Produkte, mit denen sich die privaten Konsumenten im Haus vor Insekten schützen können“, fasst der Unternehmer zusammen. Wichtig ist ihm zwar schon lange, dass er seine Produkte zeitgemäß auf den Markt bringt – also möglichst insektizidfrei. Aber viele von ihnen bekämpfen Insekten trotzdem.

Eine Begegnung verändert alles

Dann, vor einem Jahrzehnt, bewegte eine Begegnung Hans-Dietrich Reckhaus zum Umdenken. Er war auf der Suche nach einer kreativen und originellen Marketingidee für eine neuartige Fliegenfalle, die er sich bereits hatte patentieren lassen. Als Kunstfreund wandte er sich an die beiden Schweizer Konzeptkünstler Frank und Patrik Riklin. Doch sie weigerten sich. „Aus ethischen Gründen können wir Produkte, die töten, nicht unterstützen.“ Und sie stellte die Frage, die fortan Reckhaus' ganzes Denken und Handeln auf den Kopf stellen sollte: „Wie viel Wert hat eine Fliege für dich?“

Einen sehr großen Wert, stellte Reckhaus für sich nach dem ersten Schock fest. „Meine Produkte töten, also musste und muss ich etwas tun!“

Eine Einstellung, die von Konsequenz, Haltung und Verantwortungsgefühl geprägt ist – und mit der Reckhaus ziemlich einmalig in der deutschen Unternehmerschaft sein dürfte.

Mit der Fliege Erika fing vor zehn Jahren alles an

Der Unternehmer warf alles in die Waagschale, informierte sich, las sich ein, trotzte zahlreihen Kritikern, leistete bei seinen Mitarbeitern und Kunden Überzeugungsarbeit. Gemeinsam mit den Brüdern Riklin setzte er vor zehn Jahren die Aktion „Fliegen retten in Deppendorf“ (www.fliegenretten.de) im gleichnamigen Bielefelder Ortsteil um. Die Beteiligung war groß. 902 Fliegen wurden damals von 800 Menschen gerettet. Eine Fliege – Erika – wurde ausserkoren und durfte mit menschlicher Begleitung per Hubschrauber, Flugzeug und Limousine in den Wellnessurlaub in ein bayerisches Fünf-Sterne-Hotel reisen. „Es war ein gutes Gefühl, den Fliegen etwas zurückgeben zu können.“

Mittendrin im Transformationsprozess

Seit diesem Zeitpunkt integriert er das Insektenretten in seine Unternehmensstrategie, die eigentlich aufs Töten ausgerichtet ist. Er und sein Unternehmen befinden sich in einem Transformationsprozess, der nicht von heute auf morgen abgeschlossen sein kann. Aber der immer weiter voranschreitet.

Während der Unternehmer erst einmal weiter seine Insektenvernichtungsmittel herstellt, um jedes Produkt zu nutzen, ein transformierendes Angebot zu schaffen, setzt er sich mit all den ihm zur Verfügung stehenden Mitteln für Insekten ein und hat für sie eine große Lobby aufgebaut. „Ich will möglichst viel Sinnvolles leisten und damit Geld verdienen – nicht umgekehrt. Der Sinn steht vor Kommerz.“

Den Kunden ein schlechtes Gewissen machen

Bisher wurden mehr als 10 Millionen Packungen mit dem „Insect Respect“-Gütesiegel versehen. Verkauft werden sie in Deutschland und im Ausland. Zusätzliche Informatio-

nen auf und in den Verpackungen sensibilisieren und klären über den Wert der Insekten und ihren Schutz auf. „Wir machen unseren Kunden ein richtig schlechtes Gewissen.“ Und nicht nur das. Gleichzeitig will der Familienunternehmer andere Unternehmen und Branchen motivieren und inspirieren, es ihm gleichzutun – und sich für die Insekten, die Biodiversität und die Natur einzusetzen.

Insektenflächen sind auch im Ausland nachgefragt

Viele von ihnen hätten Platz für insektenfreundliche Flächen auf dem Unternehmensgelände. Und immer mehr erkennen dies und machen mit. Die Nachfrage ist groß, „wir kommen kaum hinterher“. Neben Halfar hat zum Beispiel auch die Dr. Wolff-Gruppe circa 2.000 Quadratmeter Fläche insektenfreundlich mit Pflanzen, Sand, Totholz- und Steinhäufen gestalten lassen. Und auch im Ausland macht sich „Insect Respect“ einen Namen. Noch in diesem Jahr stellt IKEA in Rumänien ein neues Einrichtungshaus fertig – und

„Insect Respect“ wird das Unternehmensgelände in eine neue Heimat für Insekten verwandeln. Auch der Schweizer Golfverband hat Interesse bekundet, bald erhält ein Golfplatz im Kanton St. Gallen Insektenflächen.

Mitmachbaustellen beziehen Mitarbeiter ein

„Jede Fläche zählt“, sagt Reckhaus, der daraus am liebsten Mitmachbaustelle macht. Heißt: Die Mitarbeiter packen mit an – auch die Geschäftsleitung. Das verbindet nicht nur untereinander, sondern auch mit dem Stück Natur, das geschaffen wird. „Die Menschen sehen die Insekten dann auch mit anderen Augen und nehmen dieses neue Bewusstsein mit ins Privatleben, wo sie ihre eigenen Balkone oder Gärten umgestalten.“ Multiplikatoren sind für Hans-Dietrich Reckhaus ein wichtiger Schritt hin zu einem neuen gesellschaftlichen Umgang mit unserer Natur.

„Unternehmer sind in der Pflicht“

Angesichts des Klimawandels

mit all seinen negativen Auswirkungen fragt sich Reckhaus: „Woher nehmen wir die Arroganz, uns Zeit zu lassen?“ Ganz klar sieht er die Unternehmer in der Pflicht, sich in ihrer Rolle mehr einzubringen. Privates Engagement sei auch gut und wichtig, sagt Reckhaus. „Aber das Unternehmen hinterlässt den wahren ökologischen Fußabdruck. Also muss ich genau dort ansetzen und etwas verändern.“ Doch viele Unternehmer sind noch nicht bereit zum Umdenken.

Ein Plädoyer für wahre Schönheit

Oft scheitert es einfach an der gesellschaftlichen Definition von Schönheit, sagt Reckhaus. „Das ist unser größtes Problem.“ Heißt: Grüne, gepflegte Rasenflächen werden als schön angesehen, „obwohl sie nur einen geringen ökologischen Wert haben“, insektenfreundliche Flächen hingegen finden viele unordentlich und ungepflegt. „Neu angelegt und im Herbst und Winter sehen sie eben aus wie eine Mondlandschaft. Was habe ich selbst erstgesehen, als ich unsere Parkplätze in Insektenflächen umwandeln ließ“, sagt Reckhaus und lacht. Er hofft hatte er sich sofort und ganzjährig farbenprächige Blüten und sattes Grün. Bis ihn ein Biologe aufklärte. „Die Natur braucht eben Zeit für die Synchronisierung. Nicht alle der 30 von uns ausgesäten Pflanzenarten wachsen und blühen gleichzeitig.“ Sie blühen ganz bewusst zu unterschiedlichen Zeiten, um den Insekten immer Nahrung anbieten zu können. Doch viele Unternehmer wollen diese Geduld nicht aufbringen und haben sogar Sorge, ihr Ruf würde leiden.

„Sie investieren lieber viel Geld in einen gepflegten Rasen, der nicht viel kann. Wie können Unternehmer das in heutigen Zeiten ihren Mitarbeitern gegenüber verantworten, wenn wir es doch mit dem Klimawandel und Artensterben zu tun haben?“ Immer mehr können es nicht und folgen Reckhaus' Weg. Sich damit zufriedener zu geben will der 56-Jährige aber nicht. Er wird seine Stimme weiter den Insekten schenken – und für ihr Recht auf ein Leben kämpfen.



800 Deppendorfer beteiligten sich vor zehn Jahren an der Aktion „Fliegen retten in Deppendorf“.

Foto: Insect Respect



So sieht eine frisch angelegte Fläche aus: Auf dem Dach von Halfar entstand 2019 ein Biotop.

Foto: Insect Respect/Reimar Ott



Mit ihr fing alles an: Die Fliege Erika durfte sogar Urlaub in einem Wellnesshotel machen.

Foto: Insect Respect/Jelena Gernert



So sieht eine Fläche später aus: Natürlich grünt und blüht es vor und auf den Reckhaus-Gebäuden.

Foto: Insect Respect/Reimar Ott