

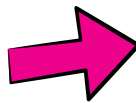
Erst Feind, dann Freund

RADIKALER WANDEL Insekten töten – das ist ein No-Go, hat Hans-Dietrich Reckhaus für sich erkannt. Statt weiter Insektenvernichtungsmittel herzustellen, spezialisiert er sich nun auf den Insektenschutz. Ein Best Practice für disruptive Innovation.

Hans-Dietrich Reckhaus hat vorgelebt, wie sich eine Geschäftsidee revolutionieren lässt. Der Chef des Bielefelder Familienunternehmens Reckhaus hat 2012 nach einer Begegnung mit den Schweizer Konzeptkünstlern Frank und Patrik Riklin einen bemerkenswerten Sinneswandel vollzogen: Vom erfolgreichen Insektenbekämpfer wandelte er sich zum innovativen Insektenschützer. Mittlerweile warnt Reckhaus auf den Verpackungen seiner Biozid-Produkte sogar vor deren Anwendung und setzt deshalb vermehrt auf Lebendfallen. Er sagt: „Die Währung der Zukunft ist nicht mehr Geld, sondern Impact.“

Mit dieser Einstellung ist Reckhaus Vorbild für viele Firmeninhaberinnen und -inhaber, die ihre Industrieunternehmen zu Dienstleistern transformieren müssen. „Hans-Dietrich Reckhaus ist für mich ein Held des Mittelstands. Denn er geht einen neuen Weg, obwohl er nicht weiß, ob der erfolgreich sein wird“, sagt zum Beispiel Markus Jerger, Geschäftsführer des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft (BVMW).

Reckhaus hat eine Vision und verfolgt ein klar definiertes Ziel: Nachhaltigkeit. Das ist für Dirk Müller, Geschäftsführer der Digitalisierungsberatung



Schacht One, das alles entscheidende Erfolgskriterium: „Als Unternehmer muss ich meine Ambitionen in ein Zielbild überführen, an dem sich meine Mitarbeitenden dann orientieren können.“

NACHHALTIGKEIT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Innovation bedeutet Risiko. „Aber Innovation ist die DNA der Wirtschaft“, stellt Reckhaus klar. Deshalb setzen mutige Entrepreneurinnen Prioritäten und bringen Innovationen auf den Weg. Anreize kann und muss aber auch die Politik schaffen. „Dabei darf sie die Innovationskraft jedoch nicht durch Regulierungen kaputt machen“, so Jerger. Die USA, Israel sowie die Niederlande würden zeigen, wie das funktioniert. Aber auch in der Gesellschaft und Finanzwelt müsse ein Umdenken stattfinden. Unternehmer Reckhaus wünscht sich ein anderes Werteverständnis: „Man muss als Unternehmer auch mal hinfallen können.“

BVMW-Bundesgeschäftsführer Jerger stimmt zu und fordert, dass Menschen wie Reckhaus für ihren Mut viel mehr gefeiert werden müssten. „In Deutschland verwechseln wir Fehler oft mit Inkompetenz. Wir sind schnell dabei, Defizite zu analysieren und zu kritisieren“, bemängelt Jerger. Das sei falsch, denn die große Herausforderung für Führungskräfte sei es, trotz teils schwieriger politischer Rahmenbedingungen innovative Produkte zu entwickeln. Reckhaus hat genau das geschafft, indem er Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil verstanden und zur Maxime seines Handelns gemacht hat. Jetzt prangt auf seinen Verpackungen das Logo der Initiative „Insect Respect“, und es sind Infos zum Insektenschutz aufgedruckt.

„Ich nutze mein Unternehmen als Hebel, um ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu generieren“, erklärt der Insektenfreund. In Zukunft müssen Unternehmen neben den ökonomischen noch stärker ökologische Balancen einhalten. Dafür brauchen sie eine klare Strategie – und sie brauchen Authentizität. ■



Umgedacht: Hans-Dietrich Reckhaus hat mit seinen Produkten Insekten bekämpft. Seit 2012 schützt er sie

 Mehr unter DUP-magazin.de/innovation-ist-chefsache