Anzeige:
PERSONALMANAGEMENT KONGRESS — 2022
29. & 30 SEPTEMBER
AUSSER... GEWÖHNLICH
BERLIN & DIGITAL
Jetzt anmelden

HANS-DIETRICH RECKHAUS © SVEN LECHTLEITNER

◆ PORTRÄT

Hans-Dietrich Reckhaus: Der Utopist

Die Produkte von Hans-Dietrich Reckhaus vernichten Insekten. Gleichzeitig setzt der Unternehmer sich für den Erhalt ihrer Lebensräume ein. Ein gewagtes Geschäftsmodell, das sich erst in ferner Zukunft auszahlt – oder vielleicht nie.

ERSCHIENEN AM
17.06.2022

◆ TEILEN AUF

SVEN LECHTLEITNER

◆ VERWANDTE ARTIKEL

Sollten Arbeitgeber standardmäßig duzen?
VON SVEN LECHTLEITNER AM 31.05.2022

Gehört die Gehaltsangabe in Stellenanzeigen?
VON SVEN LECHTLEITNER AM 21.04.2022

Der Innovationstreiber
VON SVEN LECHTLEITNER AM 04.03.2022

KATEGORIE
PERSONALMANAGEMENT

SCHLAGWORTE
PORTRÄT
UNTERNEHMEN

◆ AUS DEM MAGAZIN

2 | 2022
Risiko

Morgens um 7:50 Uhr geht Hans-Dietrich Reckhaus gern eine Runde durch den Betrieb. Sein Weg führt vorbei an Packtischen, an denen Angestellte mit kleinen Fläschchen hantieren oder grünes Pulver in Papierschachteln abfüllen. Über kurze Verbindungsgänge gelangt der 56-jährige Unternehmer von Halle zu Halle. Es gibt viele solcher Tunnelstücke zwischen den Gebäuden auf dem 15.000 Quadratmeter großen Firmengelände. Die Fertigung beansprucht jedoch nur einen Teil des Geländes am Stadtrand von Bielefeld. Der meiste Platz dient als Lagerfläche, auf der voll beladene Produktpaletten auf ihre Fuhre zum Handel warten. Die verschlungene Anordnung der Hallenwege gleicht einem Labyrinth – nicht jedoch für den Familienunternehmer in zweiter Generation. Sein Vater hatte seit Gründung der Firma im Jahr 1956 nach und nach die Produktionshallen bauen lassen und im Jahr 1995 das Ruder an die beiden Söhne übergeben. Heute verantwortet Hans-Dietrich Reckhaus die Geschäfte alleine. Er kennt jeden Winkel und Lagerplatz, weiß, wie Maschinen funktionieren, hat sie teils selbst mit konzipiert. Das Sortiment reicht von Klebefallen und Mottenpapier über Ameisenpulver und Lufterfrischer bis hin zu Insektensprays für Privathaushalte – sei es als eigene Marke oder *Private Label* für große Einzelhandels- und Drogerieketten.

„Viele Jahre war ich morgens der Erste in der Firma und abends der Letzte“, sagt Hans-Dietrich Reckhaus. Er hat am großen Konferenztisch im Meetingraum Platz genommen. Falls er nicht gerade geschäftlich reist oder sich am Standort in der Schweiz aufhält, ist er jeden Morgen vor acht Uhr im Betrieb, aber mittlerweile ist er längst nicht mehr vor allen anderen da. Die Produktion startet bereits um sechs Uhr. Es herrschen weitestgehend feste Arbeits- und Pausenzeiten, wie es in Produktionsbetrieben üblich ist. Wenn er nach acht Uhr komme, habe er ein schlechtes Gewissen und entschuldige sich bei seinem Team. Niemand der rund 50 Beschäftigten ist überrascht, wenn der Chef vorbeigeht, ein Gespräch sucht oder Produkte begutachtet. Mit dem morgendlichen Rundgang möchte er seine Wertschätzung ausdrücken. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler ist sich der harten Arbeit in der Fertigung bewusst. Er selbst hat lange Zeit in der Produktion verbracht. Trotz der Nähe zur Belegschaft wird er traditionell mit „Sie“ und teils mit Doktortitel angesprochen. Dabei sei allen bekannt, dass sie ihn gerne ohne akademischen Grad ansprechen könnten.

Sinn vor Sicherheit

Sein Geschäftsmodell hinterfragte Reckhaus früher nicht weiter und führte das Unternehmen zunächst risikoarm im Sinne seiner Eltern weiter – bis eines Tages die Konzeptkunst eine Sinnfrage aufwarf. Für ein neuentwickeltes Produkt im Jahr 2011 stand dem kleinen Betrieb kein großes Werbebudget zur Verfügung. Dennoch sollte die insektizidfreie Fliegenfalle für Fenster ein Verkaufsschlager werden. Reckhaus meldete darauf

ein Patent an, das erste der Firmengeschichte. Der Literatur- und Kunstliebhaber beauftragte zwei ihm bekannte Konzeptkünstler aus der Schweiz mit der Vermarktungsidee, Frank und Patrik Riklin. Nach einer Bedenkzeit wollten die beiden ihn jedoch nicht unterstützen, aus ethischen Gründen. Er erinnert sich an die Frage, die sie ihm stellten: „Wie kannst Du nur den ganzen Tag Tötungsprodukte produzieren?“ Ihr Vorschlag: Statt eine Fliegenfalle zu vermarkten, solle er lieber mit einem Dorf darüber diskutieren, wie viel Wert eine Fliege habe. Das wollten sie mit einer der größten Fliegenrettungsaktion der Welt verbinden. „Bis zu dem Moment habe ich nie ein schlechtes Gewissen wegen meiner Produkte gehabt, aber auch nie über den Wert von Insekten nachgedacht“, sagt der gebürtige Bielefelder. Künstlerisch hatten die beiden ihn überzeugt, aber für das Geschäft war die Idee zu unbrauchbar. Indirekt würde er den Menschen raten, seine Produkte nicht zu kaufen. Doch die Idee ließ ihn nicht los. Zwei Nächte konnte er nicht schlafen und meldete sich im Büro ab. Am dritten Tag entschied er sich, die Aktion zu realisieren. Eine weitere Forderung der Künstler lautete: Reckhaus solle die Rettung von Insekten grundsätzlich in das Geschäftsmodell integrieren. Noch bevor es in die Umsetzung ging, war ihm klar, dass niemand mitziehen würde, weder die Angestellten noch die Familie. Die Belegschaft hatte Angst um ihre Arbeitsplätze. Seine Frau hielt ihn für verrückt. Die Eltern, die den Betrieb einst aufgebaut hatten, wollten von all dem nichts wissen und verabschiedeten sich auf die erste Kreuzfahrt ihres Lebens. Wenn die Aktion publik werden würde, wollten sie weit weg sein. Auch Kundenunternehmen distanzierten sich. Reckhaus zog es durch, mit dem Bewusstsein, dass es sich ökonomisch nicht auszahlen würde. „Meine Logik dahinter war: Ich habe Millionen von Insekten getötet, dann kann ich jetzt auch einmal etwas zurückgeben“, sagt er. Die Fliegenrettungsaktion fand 2012 statt.

Es folgte ein Findungsprozess über Artenvielfalt, Nachhaltigkeit und Ökologie. Entstanden ist das Gütesiegel Insect Respect, mit dem Reckhaus sich für den Erhalt von Insekten und deren Lebensräumen einsetzt. Dazu zählen Aufklärungshinweise auf Verpackungen und das Schaffen von Ausgleichsflächen zum Erhalt der Tiere. Ein Lizenzgeschäft, das dem Unternehmen bisher mehr Risiken als Erfolg einbrachte. Die ersten sieben bis acht Jahre waren für Reckhaus knallhart, wie er sagt. Das Unternehmen verzeichnete 25 Prozent Umsatzrückgang und verlor 75 Prozent der Rendite. Der Warnhinweis „Produkt tötet wertvolle Insekten“, der seit 2019 auf seinen Biozid-Artikeln steht, hatte ebenfalls seine Wirkung. Entlassungen gab es hingegen keine. Die finanziellen Einbußen berührten auch seinen Alltag und Wohlstand. Sein letztes Auto kaufte er vor 16 Jahren, im Jahr 2006. Und seine Leidenschaft, die Kunst und der Kauf von Werken, musste lange hintenanstehen. „Ich weiß, dass dieses Geschäft kurzfristig überhaupt nicht funktioniert. Aber es macht mir unglaublich viel Freude, etwas Sinnvolles und Gutes zu machen“, sagt Reckhaus. Ziele erreichen und Auszeichnungen gewinnen, das sei Erfolg für ihn. Die letzten beiden Jahre sei die Bilanz wieder bei plus minus null, denn mittlerweile sind große Handels- und Drogerieketten an Bord. 2021 kamen Handelsketten in Österreich und der Schweiz hinzu. Über 4,5 Millionen Produkte tragen mittlerweile das Siegel. Auch Lebendfallen gehören nun zum Programm, obwohl sich diese kaum verkaufen. Die Mehrheit der Menschen habe noch kein Bewusstsein dafür. Dass sich das Geschäftsmodell wirklich auszahlt, wird Reckhaus erst in zwanzig Jahren erleben – oder noch später.

Die größte Leidenschaft des Chemiefabrikanten Hans-Dietrich Reckhaus ist die zeitgenössische Kunst. Und die Kunst war es auch,

die ihn vor etwa elf Jahren dazu brachte, sein Geschäftsmodell zu hinterfragen und neu auszurichten. Foto: © Sven Lechtleitner

Reckhaus betrachtet sein Engagement vor allem als gesellschaftliche Verantwortung. Er hat die Ethik der Künstler übernommen: Wer tötet, solle damit aufhören. Wenn das nicht geht, wenigstens kompensieren. „Bis heute empfinden es viele Menschen als widersinnig, dass ich Insektentötungsprodukte herstelle und mich gleichzeitig für Insekten einsetze“, sagt Reckhaus. Aus seiner Perspektive ist das kein Widerspruch. Ganz im Gegenteil: Sein Weg sprenge viele Narrative der Betriebswirtschaftslehre. Damit meint er, dass Unternehmen selbst hinter sich aufräumen und dies nicht Nichtregierungsorganisationen überlassen sollten. Als Beispiel führt er die Automobilindustrie an, die sich aus seiner Sicht nicht darum kümmere, was mit ihren Produkten am Ende passiere. Das sei ein großes gesellschaftliches Problem. Während er das sagt, schlägt er mit der Hand auf den Tisch, sodass der Teelöffel auf der Untertasse seines Cappuccinos vibriert. „Wenn ich irgendwo eine Scheibe einschlage, bin ich auch dafür verantwortlich, dass sie wieder repariert wird.“ Für ihn ist es eine logische Folge von Verantwortungsübernahme, Insekten zu retten. Er schaffe damit Kompensation.

Hoch hinaus

In der Regalwand des Besprechungsraum steht auch sein Buch *Fliegen lassen*, neben zwei anderen Forschungsarbeiten. In einer davon hat Reckhaus ein Ausgleichsmodell entworfen, mit dem sich berechnet lässt, welche Anzahl an Insekten die Biozid-Produkte vernichten. Diese wissenschaftliche Methodik braucht er, um valide Aussagen darüber treffen zu können, wie viele Lebensräume an anderer Stelle entstehen müssen: Kompensation eben. Sein Ansatz: für tausend getötete Fliegen Lebensraum für tausend möglichst unterschiedliche Insekten schaffen. Dafür legt er mit Insect Respect insektenfreundliche Lebensräume an, um den ökologischen Schaden der Produkte wieder gut zu machen. Die erste Insektenausgleichsfläche der Welt, wie sie der Unternehmer nennt, befindet sich auf dem Flachdach des zweistöckigen Reckhaus-Verwaltungsgebäudes. Dorthin führen weder Aufzug noch Stufen. Der Aufstieg erfolgt stattdessen über eine Trittleiter im Treppenhaus auf oberster Ebene. Sie reicht etwa drei Meter in die Höhe und mündet in einem geöffneten Oberlicht. Noch bevor unten eine helfende Hand die Leiter sichert, klettert Reckhaus in Anzug und Business-Schuhen die ersten Stufen hinauf. Das Risiko eines Sturzes aus der Höhe scheint ihn nicht zu kümmern. Dabei hat er als Kind auf dem Dreimeterbrett immer Angst gehabt, sagt er und klettert weiter. Oben angekommen setzt er sich auf den Rand des Oberlichts, schwingt seine Beine herum und verschwindet aus dem Sichtfeld. Für Auf- und Abstieg gebe es kein Patent, jede Person finde ihren eigenen Weg, kommentiert der mit der Sicherung beauftragte Mitarbeiter die Situation.

Oben angekommen reicht der Ausblick hinweg über ein etwas in die Jahre gekommenes Industriegebiet nahe der Autobahn bis hin zum Teutoburger Wald. Das Wiesendach bietet unterschiedlichen Insekten ein Zuhause, Nahrung und Überwinterungsmöglichkeiten. Noch erscheint es in einem tristen Braungrün. In wenigen Wochen werden die ersten Blüten sprießen und Lebensraum für Bienen, Schmetterlinge, Mücken und Fliegen bieten. Von solchen Insektenausgleichsflächen gibt es mittlerweile sechs in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Kunstaktion und Insect Respect – und das Eingehen des Geschäftsrisikos – all das ist für Reckhaus nicht mutig, auch würde er sich selbst so nicht bezeichnen. Andere Geschäftsleute hätten für eine Idee Wagniskapital organisiert und würden nach Singapur oder New York expandieren. Er wollte immer ein kleines überschaubares Unternehmen führen. Große Entwicklungen habe er nie gewollt. Mit etwas Sinnvollem Geld zu verdienen, das mache Freude. Er folgt seiner Überzeugung: „Ich bin nicht der klassische Unternehmer, sondern war immer auf der Suche nach ungewöhnlichen Antworten“, sagt Reckhaus. Am liebsten sollten diese mit Kultur oder Kunst zu tun haben. Bereits das BWL-Studium sagte ihm nicht zu. Mittendrin erlebte er eine Sinnkrise, war kurz davor, das Studium hinzuschmeißen, tat es aber nicht. Stattdessen ließ er Umweltüberlegungen in seine Diplomarbeit einfließen. Abgegeben hat er sie damals auf Ökopapier. Das war an der Universität in St. Gallen im Jahr 1990 ein Affront. Die Elite-Hochschule bevorzugte eher feines Papier. Im Beruf und Alltag spürte er lange Zeit eine Unzufriedenheit, ohne das Gefühl genauer einzuordnen zu können. Insect Respect beschreibt er als einen persönlichen Ausbruch. „Die Künstler haben mir

auf dem Silbertablett eine Utopie präsentiert. Ich musste nur zugreifen", sagt er und lächelt. Die damalige Utopie habe sich für Reckhaus so gut angefühlt, dass er sie Realität werden ließ.

Dieser Beitrag erschien zuerst in der gedruckten Ausgabe Risiko. Das Heft können Sie hier bestellen.

◇ Unsere Newsletter

Abonnieren Sie die HR-Presseschau, die Personalszene oder den HRM Arbeitsmarkt und erfahren Sie als Erstes alles über die neusten HR-Themen und den HR-Arbeitsmarkt.

NEWSLETTER ABONNNIEREN

Sven Lechtleitner, Foto: Privat

Sven Lechtleitner

Sven Lechtleitner ist Chefredakteur des Magazins Human Resources Manager. Der freiberufliche Autor und Journalist moderiert zudem den Smart Work Podcast. Er hat ein Studium der Betriebswirtschaftslehre an Hochschule Bonn-Rhein-Sieg sowie ein Fernstudium Journalismus an der Freien Journalistenschule in Berlin absolviert.

PROFIL

◇ Weitere Artikel

◆ PERSONALMANAGEMENT

Arbeiten im Risikojob

Personalverantwortliche müssen sich häufig mit Risiken befassen und sie steuern. Es gibt schließlich zahlreiche gefährliche...

VON **ANNA FRIEDRICH** AM 14.06.2022

◆ ANZEIGE

An der Spitze ist es einsam: HR-Coachings helfen (sponsored)

Moderne HR-Arbeit ist im Wandel und fordert Personaler:innen immer wieder heraus. Coaching und Consulting-Angebote für...

VON **RENE DEMIN** AM 13.06.2022

◆ MEINE ARBEITSWELT

Tanja Benders Arbeitswelt

Tanja Bender leitet beim Technologieunternehmen Merck die Market-HR-Organisation mit etwa 300 Mitarbeitenden in fast 50 Ländern....

VON **TANJA BENDER** AM 10.06.2022

◆ PSYCHOLOGIE

Mit mentaler Stärke gegen Selbstsabotage

Negative Denk- und Verhaltensmuster sabotieren oft unsere Leistung. Doch mit Methoden aus der positiven Verhaltenspsychologie...

VON **UTA NACHBAUR** AM 08.06.2022

◆ WEITERBILDUNG

Weiterbildung darf auch Spaß machen!

Weiterbildungen, die nicht nur Lerninhalte vermitteln, sondern auch Freude bereiten, werden oftmals abgewertet. Warum wir...

VON **LARA KÖRBER** AM 02.06.2022

◆ MENTAL BREAK(DOWN)

„Ich habe keine Depression, das war ein Burnout"

Was macht eine Depression aus, warum sprechen viele Menschen lieber von Burnout und wie können...

VON **SIMONE BUREL** AM 01.06.2022

◆ DEBATTE

Sollten Arbeitgeber standardmäßig duzen?

Das Du gehört für viele Menschen einfach zum Zeitgeist — gerade in sozialen Netzwerken oder...

VON **SVEN LECHTLEITNER** AM 31.05.2022

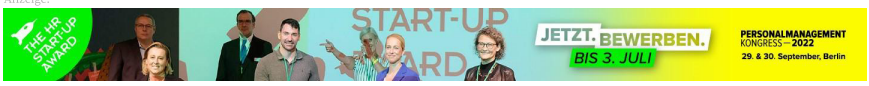
◆ SELBSTVERWIRKLICHUNG

Nachgefragt bei... Elke Sander

Elke Sander verantwortete rund fünfzehn Jahre die Öffentlichkeitsarbeit für Filme und Serien wie Avatar, Star...

VON **JEANNE WELLNITZ** AM 27.05.2022

Anzeige:



© 2022 www.humanresourcesmanager.de