FOTO: F.A.Z.-FOTO/WOLFGANG EILMERS

Regelmäßig besucht Lufthansa-Cargo-Kapitän Fokko Doyen die Kinder des Waisenheims Mothers' Mercy Home bei Nairobi, um das Hilfsprojekt weiterzuentwickeln.

„Mit wenig Aufwand viel bewegen"

Lufthansa-Cargo-Kapitän Fokko Doyen erklärt, warum sich soziales Engagement für ihn als Privatperson und für den gesamten Lufthansa-Konzern auszahlt

Von Lisa Reggentin

Sein Engagement begann 2004, als Lufthansa-Cargo-Kapitän Fokko Doyen während eines Zwischenstopps in Nairobi ein Kinderdorf besichtigte und einen Koffer mit Kleiderspenden daließ. Bei seinem nächsten Besuch brachte er zwei Koffer mit. Schnell merkte er, dass das nicht reicht, dass man viel mehr tun könnte. So entwickelte Doyen die Idee von einem humanitären Hilfsprojekt, das die lokale Bevölkerung Kenias medizinisch versorgt – durch deutsche Ärzte, die in den Frachtmaschinen von Lufthansa Cargo nach Nairobi gebracht werden. 2007 entstand aus dieser Idee der Verein Cargo Human Care (CHC).

DVZ: Engagement für den guten Zweck ist für Sie als ersten Vorstandsvorsitzenden des Vereins Cargo Human Care eine verpflichtende Verantwortung, aber auch ein privates Anliegen. Warum?
Fokko Doyen: Das ist richtig. Cargo Human Care ist mittlerweile ein Teil meines Lebens geworden. Motiviert wurde ich damals durch John Kaheni, mein langjähriges Patenkind, das ich 2004 als zehnjährige Waise mit einer schweren Erkrankung kennenlernte. Damals gab es CHC noch nicht, deshalb begann ich, in meinem privaten Umfeld Geld für seine dringend notwendige Operation zu sammeln. Nur durch diese Hilfe konnte John zehn Jahre unbeschwert leben. Er war für mich wie ein eigener Sohn. Zu sehen, wie man anderen Menschen mit verhältnismäßig geringem Aufwand helfen kann, entschädigt ungemein.

Dieses Engagement war nicht geplant und hat sich eher zufällig ergeben. Warum sind Sie auf eigene Faust aktiv geworden?
Die Gründung des Vereins war nicht geplant. Es war tatsächlich dieser eine Koffer mit getragener Kleidung meiner Kinder, den ich in ein Kinderdorf brachte – und dabei merkte, dass ich in Kenia mit relativ wenig Aufwand richtig viel bewegen kann. Durch die große Spendenbereitschaft in Deutschland wurden aus den Sach- schnell Geldspenden. Aus dieser positiven Entwicklung entstanden neue Ideen, wie die Krankenstation in dem Kinderheim Mothers' Mercy Home, für das sich direkt zahlreiche Ärzte für Freiwilligeneinsätze meldeten. So wurde aus dem kleinen Vorstoß ein Selbstläufer. Und das ist der beste Ansporn.

In Ihrem Fall ist aus dem privaten ein konzerngetragenes Engagement geworden. Wie haben Sie das geschafft?
Tatsächlich wurde mit dem freiwilligen Einsatz weniger Personen der Startschuss für die Kooperation zwischen Lufthansa Cargo und unserer Hilfsorganisation gegeben. Im Kollegenkreis machte die Initiative schnell die Runde – und wurde schließlich in den Cargo-Vorstand getragen. Dort präsentierte ich unsere Projektidee. Und mit der haben wir offensichtlich überzeugt. Schnell stimmte unser Vorstand der Kostenübernahme für die Flugtickets der deutschen Ärzte nach Nairobi zu. Und damit war die Kooperation auf den Weg gebracht.

Ist eine gut durchdachte Strategie Voraussetzung für erfolgreiches Unternehmensengagement, oder ist vielmehr Flexibilität gefragt?
Sowohl als auch. In unserem Fall hat uns Lufthansa Cargo Unterstützung in Form von Transportmöglichkeiten für Mensch und Material zugesagt. Wir als aktive Helfer hatten dabei aber viele Freiheiten. Nach weniger als einem Jahr hatten wir das Projekt so weit entwickelt, dass das Vertrauen in uns aufseiten der Geschäftsleitung so groß war, dass die Kooperation auf breiter Front verstärkt wurde. Von da an wurde das soziale Engagement von Mitarbeitern und Ärzten für Cargo Human Care intern und extern immer häufiger erwähnt. Mittlerweile können wir von einer echten Synergie und einer durchdachten Strategie sprechen.

Wie sollte ein Unternehmen vorgehen, wenn es sich engagieren will?
Grundvoraussetzung für ein von Mitarbeitern getragenes Projekt ist die Identifikation der Belegschaft mit der Initiative. Besonders wichtig ist dabei aber, dass das Engagement auch zum Geschäftsfeld passt. Last, but not least: Soziales Engagement funktioniert nur mit den nötigen Mitteln. Deshalb muss sich auch die Firma mit einem entsprechenden Einsatz beteiligen. Und darüber sollte von Anfang an ein klarer Konsens bestehen.

Hilfe ist auf der Welt überall nötig, manchmal direkt vor der Haustür. Wo fängt man da an, und wo muss man aufhören?
Jedes Unternehmen sollte in dem Bereich aktiv werden, der zum eigenen Geschäftsfeld passt. Das kann vor der eigenen Haustür sein, aber eben auch in fernen Ländern. Für eine Fluggesellschaft beantwortet sich die Frage von selbst: an einem regelmäßig angeflogenen Zielort. Für ein lokal tätiges Unternehmen ist sicherlich die Konzentration auf die eigene Region richtig und wichtig.

Wie schafft es ein Unternehmen, seine Mitarbeiter zu motivieren?
Allem voran durch das klare Bekenntnis zu den Projektzielen. Das beinhaltet die interne Vermarktung der Projekte mit Stellungnahmen der Geschäftsleitung. Wichtig ist dabei auch, den Mitarbeitern etwas zum Anfassen zu geben und Nähe zum Thema zu schaffen. Deshalb müssen die Projektziele sehr transparent dargestellt werden, und die Mitarbeiter sollten die Chance haben, sich aktiv einzubringen.

Der Bedarf an Hilfe erscheint unendlich. Und nicht immer gelingt all das, was man erreichen möchte. Wie gehen Sie damit um?
Ende 2014 starb mein größter Motivator – John. Sein Herz machte nicht mehr mit. Und auf einmal schien alle Mühe umsonst gewesen zu sein. Aber wir haben auch aus diesem Schicksalsschlag gelernt und John zu Ehren unser kürzlich gebautes Heim für kenianische Jugendliche nach ihm benannt: die John Kaheni Residence. Sie dient als vorübergehendes Zuhause für diejenigen, die das Waisenheim verlassen und ins Berufsleben eintreten. Und so ist aus Johns Verlust ein neues Projekt erwachsen – damit andere Jugendliche die Chance auf ein besseres Leben haben.

Wie schafft man es, trotz Rückschlägen motiviert zu bleiben?
Auf der einen Seite muss man sich ambitionierte Ziele setzen – andererseits müssen die Ziele auch realistisch sein, sonst gibt es Enttäuschung und Frustration. Vor drei Jahren haben wir in einem einzigen Kalenderjahr 250 000 EUR an Spenden gesammelt. Daraufhin habe ich für das Folgejahr ein Spendenziel von 1000 EUR pro Tag definiert – und wurde dafür gelinde gesagt belächelt. Am Ende hat sich mein Spendenziel bestätigt. Daraus habe ich gelernt, dass wir uns ruhig ambitionierte Ziele setzen dürfen, solange diese mit dem vorhandenen Setup auch realistisch sind.

Manchmal sind es aber auch bürokratische Hürden, die einem Steine in den Weg legen ...
Davon kann ich ein Lied singen. In Kenia bin ich oft von Behörde zu Behörde gelaufen, um etwa eine Befreiung von den Visakosten für unsere Ärzte zu erreichen. Mein Erfolg ist bisher „überschaubar". Das ist frustrierend – aber ich bin trotzdem weit davon entfernt, deshalb aufzugeben.

Was ist die größte Hürde, wenn sich Unternehmen einsetzen wollen?
Die größte Schwierigkeit für den gelungenen Start eines gemeinnützigen Projekts durch ein Unternehmen sehe ich darin, dass es gar nicht so einfach ist, überhaupt ein zum Geschäftsfeld passendes Projekt zu finden. Das Hilfsprojekt sollte so gewählt werden, dass die Mitarbeiter sich damit identifizieren können. Sobald das der Fall ist, werden sich Mitarbeiter finden, die das Thema mit Leben füllen. Fortan müssen vonseiten der Geschäftsleitung immer wieder motivierende Maßnahmen angestoßen werden, damit die Mitarbeiter sehen, was passiert und wie sich die Initiativen weiterentwickeln. All das spornt die Belegschaft an, sich in irgendeiner Form auch mit einzubringen.

Warum sollten sich Unternehmen gerade für den guten Zweck außerhalb der Firma einsetzen?
Ich denke, sowohl innerbetriebliches als auch außerbetriebliches Engagement sind wichtig. Gerade bei Letzterem muss aber deutlich gezeigt werden, dass Geschäftsleitung *und* Mitarbeiter sich gleichermaßen für die Sache starkmachen. Derartige Initiativen kommen nicht nur extern gut an, sondern fördern die Identifikation der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen. Bei Lufthansa Cargo geht das so weit, dass Angestellte weltweit an CHC spenden und auch auf Veranstaltungen für das Projekt sammeln. So gibt es in vielen Bereichen bei Lufthansa Cargo mittlerweile auch ein ungeschriebenes Gesetz: Wer bei Meetings zu spät kommt, muss eine kleine Strafe in die CHC-Kasse zahlen. Darüber hat sich bisher noch keiner beschwert.

Warum setzen sich immer noch viele Unternehmen im Umweltschutz ein, wenn es um Nachhaltigkeit geht, nicht aber im sozialen Bereich?
Ich vermute, dass sehr oft Eigeninteressen hinter solchen Nachhaltigkeitsmaßnahmen stecken – also platt gesprochen: Kosteneinsparungen als primäres Ziel in unserer zahlengetriebenen Geschäftswelt. Ich sehe allerdings auch immer mehr Firmen, die soziale Projekte unterstützen oder eben ein eigenes soziales Projekt intensiv fördern. Und wenn die Stärkung des Teamgeists intern und die positive Außenwirkung erst einmal erkannt sind, dann wird ein soziales Projekt schnell zum Selbstläufer.

Glauben Sie, dass in der Logistik langsam ein Umdenken in Sachen Nachhaltigkeit einsetzt?
Ich bin davon überzeugt und erlebe diesen Trend seit Jahren mit unserem eigenen Projekt. Das gemeinnützige Engagement wird – da wollen wir uns auch nichts vormachen – immer ein Anhängsel im Geschäftsleben bleiben. Aber die Bedeutung dieses Anhängsels wird weiter zunehmen, weil die interne und externe positive Resonanz sich schlicht und ergreifend auch finanziell irgendwann bezahlt machen.

Fokko Doyen und CHC

Der 60-jährige Ostfriese ist seit 1998 für die Frachtfluggesellschaft Lufthansa Cargo als Kapitän tätig, davon neun Jahre als MD-11-Flottenchef. Nach seinem Besuch in einem Kinderdorf in Nairobi 2004 entstand die Idee, ein eigenes soziales Projekt zu starten: Deutsche Ärzte sollten auf freiwilliger Basis nach Kenia geflogen werden, um notleidende Menschen kostenfrei zu behandeln. 2007 wurde der eingetragene Verein Cargo Human Care (CHC) gegründet, mit Doyen als erstem Vorstandsvorsitzenden. Die Initiative wird wesentlich von Lufthansa Cargo unterstützt.