

PRESSEINFORMATION

dm will den Menschen „Lust an Zukunft“ machen

CSR-Initiative anlässlich 50-Jahre-Jubiläum in Österreich

Anlässlich des 50-Jahre-Jubiläums in Österreich startet dm eine groß angelegte Initiative „Lust an Zukunft“, um die Österreicherinnen und Österreicher zur aktiven Mitgestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens anzuregen: Ehrenamtlich engagierte Menschen erhalten eine breite mediale Plattform, um über ihr Engagement zu erzählen und so anderen Lust zu machen, selbst aktiv zu werden. Darüber hinaus werden Vereine und Organisationen sichtbar gemacht und prämiert, die auf Freiwilligenarbeit bauen. „Lust an Zukunft“ knüpft an die innerbetrieblichen Grundhaltungen an, wonach jeder Mitarbeitende zur aktiven Mitgestaltung in der Wirtschaftsgemeinschaft dm eingeladen ist.

Salzburg/Wien, 3. März 2026. dm drogerie markt feiert heuer sein 50. Jubiläum in Österreich – 1976 wurde der erste dm Markt am Linzer Taubenmarkt eröffnet. „Kurz zuvor war die Preisbindung für Kernsortimente der Drogerie gefallen – ähnlich wie heute noch in Apotheken gab es bis dahin kaum Preiswettbewerb zwischen den Drogisten. Die Drogerien waren kleine Läden mit einer Bedientheke, an der die gewünschten Produkte ausgegeben wurden. Dementsprechend war das dm Konzept, das die Gründer Götz Werner und Günter Bauer damals nach Österreich brachten und das den Fachhandel in Richtung Diskont und Selbstbedienung weiterentwickelte, eine echte Innovation“, berichtet Harald Bauer, Vorsitzender der dm Geschäftsführung.

Darüber hinaus seien es aber insbesondere die Werte und Grundhaltungen, die in der Wirtschaftsgemeinschaft dm den Unterschied machen: „Die Gründer haben uns mitgegeben, dass Wirtschaft für den Menschen da ist, nicht der Mensch für die Wirtschaft. Dass ein Unternehmen mehr sein muss als Wachstum und Gewinnorientierung. Dass wir ein Unternehmen schaffen wollen, das den Menschen in den Mittelpunkt stellt – als Kunden, als Mitarbeiter und als Partner“, betont Harald Bauer. „Unsere Philosophie und die dahinterstehenden Haltungen waren in den 80er Jahren revolutionär und einzigartig und sie haben bis heute nicht an Strahlkraft verloren. Auch unser Claim ‚Hier bin ich Mensch. Hier kauf ich ein.‘ erinnert uns tagtäglich an das Idealbild, wie wir uns als Menschen begegnen wollen.“ Die ständige Arbeit an der Unternehmenskultur, an gemeinsamen Werten und an Sinnstiftung begleite dm daher vom ersten Tag bis heute.

Freude wecken, aktiv gestaltender Teil eines großen Ganzen zu sein

7.200 Menschen sind heute Teil der dm Wirtschaftsgemeinschaft in Österreich – dazu zählen auch Mitarbeitende in Karenz. „Gemeinsam wollen wir Rahmenbedingungen entwickeln, die sicherstellen, dass sich jeder gesehen fühlt, dass jedem sein Beitrag zu einem großen Ganzen

bewusst ist, dass sich jeder eingeladen fühlt, nicht nur ‚mitzuarbeiten‘, sondern ‚mitzugestalten‘. Die Freude daran, Teil eines großen Ganzen zu sein, ein aktiv gestaltender Teil einer Gemeinschaft zu sein – das möchten wir anlässlich unseres Jubiläums auch nach außen tragen“, kündigt Harald Bauer an. Seit jeher werden Jubiläen bei dm immer auch mit einer sozialen Initiative für die Gesellschaft verbunden. „Zum 50. Geburtstag wollen wir aufzeigen, wie wertvoll und wichtig es ist, das eigene Umfeld aktiv mitzugestalten. Nicht nur für andere, sondern auch, weil wir uns und unseren Kindern damit eine Gesellschaft und eine Zukunft bauen, in der es sich gut leben lässt, in der wir aufeinander achten, in der das Miteinander im Mittelpunkt steht“, so Bauer.

Viele negative Nachrichten trüben das Gefühl von Selbstwirksamkeit

Wenn von Ehrenamt, bürgerschaftlichem Engagement oder Freiwilligenarbeit die Rede ist, dann werde das oft sehr appellativ und spaßbefreit als Notwendigkeit wahrgenommen: „In unserer Initiative ‚Lust an Zukunft‘ wollen wir einen völlig anderen Weg gehen. Nach den seriellen Krisen der letzten Jahre haben viele Menschen das Gefühl, nur mehr passiver Beifahrer im eigenen Leben zu sein. Die vielen negativen Nachrichten verstellen den Blick darauf, dass wir in ganz vielen Bereichen unser Leben, unser Zusammenleben und einen großen Teil unserer Zukunftsgestaltung sehr wohl weiterhin selbst in der Hand haben. Genau darauf wollen wir die Aufmerksamkeit lenken: Wir wollen den Menschen das Gefühl von Selbstwirksamkeit zurückgeben und dadurch eine Stimmung der Zukunftsfreude wecken“, erläutert Harald Bauer die Zielrichtung der Jubiläums-Initiative. „Wir wollen Lust machen, aktiv an der Gestaltung unserer aller Zukunft mitzuwirken. Und wir wollen zeigen: Wenn Du etwas zum Positiven verändern willst, dann bist Du nicht allein – wir sind viele und in Summe können wir unglaublich viel bewirken!“

Denn bürgerschaftliches Engagement sei weit mehr als eine freiwillige Tätigkeit. „Wer sich engagiert, wird aktiver Mitgestalter gesellschaftlicher Wirklichkeit. Die Erfahrung, mit dem eigenen Handeln etwas bewirken zu können, gesehen zu werden, gebraucht zu sein und konkrete Veränderungen anzustoßen, stärkt das Gefühl von Selbstwirksamkeit und persönlicher Bedeutung. Bürgerschaftliches Engagement verbindet damit auf besondere Weise das Wohl der Gemeinschaft mit dem Wachstum des Individuums“, betont Harald Bauer.

dm Mitarbeiter sind vielfältig im Ehrenamt aktiv

Um Lust am Mitgestalten zu wecken, wurde ein sehr unmittelbarer und authentischer Weg gewählt: „Wir machen zukunftsoptimistische Menschen sichtbar, die über ihr Engagement erzählen und so anderen Lust machen, ebenfalls für sich ein Feld zu finden, in dem man sich gestaltend engagieren will“, erläutert dm Geschäftsführer Thomas Köck. In der ersten Phase der Kampagne stehen dm Mitarbeiter im Vordergrund, die ehrenamtlich Essen auf Rädern ausfahren, Müllsammelaktionen organisieren, Kindern beim Lernen helfen, Besuchsdienste in Senioreneinrichtungen machen und vieles andere mehr.

Für viele Menschen bei dm war der „Mehr vom Leben Tag“ eine Initialzündung in die Freiwilligenarbeit, schildert Thomas Köck: „Das ist ein Tag pro Jahr, den dm jedem Mitarbeiter schenkt, der ihn für ein soziales oder ökologisches Anliegen verwenden will. Wir haben ein Netzwerk zu Organisationen aufgebaut, die auf ehrenamtliche Hilfe bauen. Diese Organisationen sind wichtig, denn oftmals ist einer allein zu wenig. Dann braucht es Vereine

und Koordinatoren, die Menschen zusammenbringen und organisieren. Und durch diese Kontakte stehen den Mitarbeitern einfache Zugänge zur Verfügung.“

Engagierte Menschen machen durch ihr Tun Lust auf Mitgestalten

Über das ganze Jahr hinweg lädt dm Menschen ein, auf der Mitmach-Plattform www.dm-LustanZukunft.at darüber zu erzählen, wo und warum sie sich engagieren und was sie dabei erleben. „Diese Erlebnisse und Engagements tragen wir mit einem breiten Feuerwerk an Kommunikation in die Welt hinaus: Über Social Media, Kundennewsletter, Broschüren an der dm Kassa, das ACTIVE BEAUTY Kundenmagazin oder Kooperationen mit Radio- und TV-Sendern sowie Tageszeitungen machen wir die Menschen sichtbar. Gleichzeitig laden wir die Bevölkerung ein, selbst über unsere Mitmach-Plattform Teil der Initiative zu werden“, erläutert Thomas Köck.

Menschen und Organisationen miteinander in Kontakt bringen

Eine zweite Zielrichtung der Initiative geht in Richtung Organisationen und Vereinen, die bürgerschaftliches Engagement in besonders innovativer und wirksamer Weise fördern bzw. die für die Erfüllung ihrer Aufgaben auf Freiwilligenarbeit bauen. „So wollen wir den Menschen Lust an Zukunft und an Freiwilligenarbeit machen, indem wir dem Einzelnen Anlaufstellen aufzeigen und diese Initiativen bekannt machen“, so Köck.

Aus allen teilnehmenden Initiativen wählt eine Jury Ende August 50 Konzepte, die mit jeweils 5.000 Euro prämiert werden. „Im nächsten Schritt sind im Herbst unsere Kunden eingeladen, aus einer Auswahl an Konzepten ihr Lieblingsprojekt zu wählen, dessen Prämie verdoppelt wird. Insgesamt steht somit ein breit angelegtes Kommunikationspaket zur Verfügung, um NGOs und Ehrenamtliche zueinander zu bringen und darüber hinaus ein Budget von über 250.000 Euro für die Prämierung von Konzepten“, fasst Thomas Köck zusammen. Die außergewöhnlichsten oder wirkungsvollsten Ideen werden über die Grenzen hinweg in den zwölf Ländern der dm Ländergruppe bekannt gemacht. „Damit wollen wir einen Beitrag leisten, dass gut funktionierende Ideen vielleicht auch andernorts multipliziert werden“, berichtet Thomas Köck.

Meilensteine aus 50 Jahre dm in Österreich

Bereits **1982** wurde die bis heute gültige dm Philosophie formuliert: „Wir sehen die ständige Herausforderung, ein Unternehmen zu gestalten, das die Bedürfnisse unserer Kunden veredelt, den zusammenarbeitenden Menschen Entwicklungsmöglichkeiten bietet und vorbildlich im Umfeld wirkt.“ Damit wurde das Individuum ins Zentrum gerückt. Nach außen kam das später im neuen Claim ‚Hier bin ich Mensch. Hier kauf ich ein.‘ zum Ausdruck, der 1994 ‚Große Marken – kleine Preise‘ abgelöst hat.

1984 startete dm mit der Ausbildung von Lehrlingen. Heute ist das Unternehmen der größte Auszubildner in den Berufen Drogist sowie Kosmetiker und Fußpfleger und einer der größten Auszubildner unter den Friseuren.

Ebenfalls im Jahr **1984** rüstete dm als erster Händler in Österreich alle Märkte flächendeckend mit Scannerkassen aus – mit dem Ziel, die Mitarbeiter zu entlasten und Ressourcen für die Kundenberatung zu schaffen.

Schon **1986** entwickelte dm ein umfangreiches Bio-Sortiment und war mit einem flächendeckenden Konzept frühzeitig Bio-Pionier im Handel – lange bevor biologische Ernährung auch wirtschaftlich eine relevante Größe wurde. Ähnlich gilt das für den Bereich der Naturkosmetik, wo dm mit der dm Marke alverde NATURKOSMETIK und einem breiten Angebot an Industriemarken klar Marktführer in Österreich ist.

Mit Dienstleistungen im dm friseur- und kosmetikstudio wurde seit **1987** die Möglichkeit geschaffen, den Kunden auf einer neuen Ebene Fachexpertise und Beratung anzubieten, nämlich durch ausgebildete Stylistinnen, Kosmetikerinnen und Fußpflegerinnen. Diese Kompetenz und das Verwöhnerlebnis in den dm Studios ist auch heute ein ganz starkes und einzigartiges Unterscheidungsmerkmal zum Wettbewerb im Handel.

Seit der Inbetriebnahme des Verteilzentrums Enns im Jahr **1989** werden die Logistikprozesse bei dm intern gesteuert – verbunden mit der Möglichkeit, die Arbeitsprozesse der Mitarbeiter in den Märkten zu verbessern, die Warenverfügbarkeit zu steigern und die Kosten sowie den ökologischen Fußabdruck zu optimieren.

Ein ganz wichtiger Meilenstein in der dm Geschichte war der Fall des Eisernen Vorhangs Ende der 80er Jahre. Die dm Geschäftsleitung war überzeugt, dass das dm Konzept – nämlich der diskontierende Fachmarkt, verbunden mit den Haltungen und Werten der dm Philosophie – auch die Menschen in den Nachbarländern begeistern würde. Das war **1989** der Startschuss für die erfolgreiche Expansion in die heute elf Verbundenen Länder der Ländergruppe. Mit rund 30.000 Mitarbeitern, bald 2.000 Märkten und 6 Milliarden Euro Umsatz ist dm heute klarer Marktführer im Verbreitungsgebiet der dm Gruppe Österreich und Verbundene Länder. Die Marktforschung sieht dm auch regelmäßig als Lieblingsdrogerie der Menschen im jeweiligen Land.

1994 wurde das Dauerpreis-Konzept eingeführt und im Laufe der Jahre immer weiter geschärft. Bei dm wird darauf verzichtet, die Menschen mit kurzfristigen Angeboten in die Filiale zu locken und mit Einmaleffekten die Umsätze nach oben zu treiben. Eine Auswertung im Herbst letzten Jahres hat gezeigt, dass die Produkte in den dm Regalen seit durchschnittlich 23 Monaten nicht preiserhöht wurden – in Zeiten erhöhter Inflation eine hochrelevante Leistung für die Kunden.

Seit **1995** punktet dm außerdem mit dm exklusiven Marken: u. a. alverde NATURKOSMETIK, Balea, babylove, Dontodent und SUNDANCE – insgesamt werden heute 31 Eigenmarken mit rund 4.500 Artikeln in praktisch allen Sortimentsbereichen geführt.

2003 wurde mit der ACTIVE BEAUTY Vorteilswelt das erste dm Stammkundenprogramm gegründet. Seit **2014** können die Kunden rund um die Uhr im dm Online Shop einkaufen, seit **2021** auch in der Mein dm-App. Der stationäre Einkauf und digitale Serviceleistungen sowie Zustellservices werden im Sinne eines Omni-Channel-Retailing-Konzeptes eng ineinander verzahnt.

Wichtige Anliegen bei dm sind zudem die Verkleinerung des ökologischen Fußabdrucks und das Angebot ökologischerer Alternativen im Sortiment. **2017** wurde mit Unterstützung namhafter Institutionen und Organisationen aus dem Umweltschutzbereich das System der



grünen Etiketten am dm Regal etabliert: Diese zeigen den Kunden auf einen Blick, wie sie ihren Einkauf verantwortungsbewusster gestalten können.

2018 hat dm als erster Drogeriefilialist in Österreich Nachfüllstationen für Bio-Waschmittel und Bio-Geschirrspülmittel eingeführt. Das war insbesondere auch eine wichtige Maßnahme der Bewusstseinsbildung für die Bedeutung von Verpackung als wertvolle Ressource in der Kreislaufwirtschaft.

Seit **2010** bezieht dm ausschließlich Strom aus erneuerbarer Energie. **2022** konnten im dm dialogicum in Salzburg und im Verteilzentrum Enns die Gashähne abgedreht werden, Heizung sowie Kühlung wurden auf Wärmepumpen und Solarenergie umgestellt. Auch in rund 80 Prozent der Märkte ist es bereits gelungen, auf fossile Energieträger zu verzichten.

2024 wurde ein ehrgeiziges Programm in Richtung Intermodalverkehr gestartet, um Transporte auf langen Distanzen auf die Schiene zu verlagern. Und seit einigen Wochen werden die rund 100 dm Märkte in Wien praktisch ausschließlich abgas- und lärmfrei mit E-LKW beliefert.

Über dm drogerie markt GmbH

dm drogerie markt GmbH eröffnete im Jahr 1976 die erste Filiale in Österreich. Der Firmensitz liegt in Salzburg/Wals und erbringt wichtige Vorleistungen, um die Arbeit in der Ländergruppe dm Österreich und Verbundene Länder zu unterstützen und zu begleiten. Insgesamt beschäftigt dm Österreich 6.844 Mitarbeiter in den 381 dm Filialen, davon 118 mit dm friseurstudio und 87 mit dm kosmetikstudio, sowie in der Salzburger Zentrale, dem dm dialogicum, und im Verteilzentrum in Enns. Im Geschäftsjahr 2024/25 wurde in Österreich ein Umsatz von rund 1,4 Milliarden Euro erwirtschaftet. Marken von dm sind unter anderem Balea, alverde NATURKOSMETIK, dmBio, babylove, Denkmit, Profissimo und SUNDANCE.

www.dm.at

Rückfragehinweis:

Mag. Stefan Ornig
Pressesprecher dm drogerie markt Österreich

movea communication GmbH
Müllner Hauptstraße 1
5020 Salzburg
Tel.: 0662/64 35 79-0
E-Mail: presse@dm.at

Pressegespräch dm drogerie markt 3. März 2026:

CSR-Initiative „Lust an Zukunft“ anlässlich 50 Jahre dm in Österreich

Statement DDr. Alfred Längle

Alfried Längle ist Psychotherapeut, klinischer Psychologe, Arzt für Allgemeinmedizin und psychotherapeutische Medizin. Längle arbeitete von 1982 bis 1991 eng mit Victor Frankl zusammen und verfasste die Biografie Viktor Frankl – ein Porträt. Er begründete die Ausbildung in Existenzanalyse und Logotherapie in Wien und war Gründungspräsident der Internationalen Gesellschaft für Logotherapie und Existenzanalyse. Er entwickelte die Existenzanalyse zur Psychotherapie mit staatlicher Anerkennung in Österreich, Schweiz, Tschechien und Rumänien weiter sowie ihre Anwendung im Coaching. Längle verfasste über 400 fach einschlägige Publikationen. Er habilitierte an der psychologischen Fakultät der Universität Klagenfurt und ist seit 2005 außerordentlicher Professor für Psychotherapie an der Wirtschaftshochschule Moskau. Ab 2011 auch Gastprofessor an der Sigmund Freud Privatuniversität Wien und seit 2017 an der Universität St. Gallen im advanced management program.

Negative Nachrichten belasten den Menschen. Ob Klimawandel, Teuerung, Kriege – diese Spannungen in der Welt und in der Gesellschaft wirken sich wirklich belastend auf Menschen aus. Ich merke das auch in meiner Praxis, wenn ich mit Menschen spreche. Man hat Sorgen für sich selbst, aber auch für die Kinder und die Enkel und fragt sich: Wie wird die Zukunft werden? Und das kann lähmen. Das kann bedrückend sein. Ja, das kann depressive Gefühle auslösen und Ängste, Unruhe und Spannungen. Man fühlt sich im Allgemeinen ziemlich hilflos. Was können wir in der Weltpolitik ändern? Was können wir am Klima ändern? Was können wir bei den Kriegen ändern? Wir können diese großen Dinge nicht ändern. Wir müssen realistisch sein. Leben heißt realistisch mit dem umgehen, was wir in Händen haben. Mehr haben wir nicht.

Aber ganz wichtig ist, dass man sich selbst nicht im Stich lässt, dass man sein Leben lebt und sich nicht abbringen lässt von diesen äußeren Umständen, von den Gefahren und Bedrohungen. Jeder von uns kann ein bisschen zum Klimaschutz beitragen. Das wird das Klima nicht ändern. Aber es ändert etwas ganz Wichtiges. Es ändert mein Gefühl des In-der-Welt-Seins. Ich kann erleben, dass ich den mir möglichen Beitrag leisten kann und getan habe. Und damit geht es mir mit dem ganzen Problem ein bisschen besser.

Und so ist es ganz wichtig, dass jeder Einzelne sich bewusst macht: Erstens die Begrenzung, die wir haben – die fordert eine Bescheidenheit, dass ich mich auf das bescheide, was mir möglich ist. Zweitens, dass ich mich entschieße, diesen Schritt und das mir Mögliche zu tun.

Mehr ist nicht gefordert. Aber das mir Mögliche soll getan werden. Und dann Drittens diese Aktivität aufzugreifen: Ich mache mich zu einem aktiven Teil dieser Welt und ich trage – aus meiner Sicht – etwas zu ihrer Verbesserung bei. Das heißt nicht, dass ich unbedingt Recht habe und dass ich der Beste bin. Ich tue das, was mir als das Richtige erscheint und wozu ich stehen kann und hinter dem ich stehen kann. Und damit habe ich wirklich etwas Wichtiges getan und in die Welt gebracht.

Das ist eine eigene Philosophie für das Leben, ein „Ich bin da auf der Welt“. Es gibt Hinweise und Antworten auf zentrale Fragen: Woran soll ich mich orientieren, um was soll es gehen in meinem Leben? Und wie kann ich einen Sinn finden in dieser Welt? Was zählt denn wirklich? Ich bin ja einerseits für mich da, aber ich bin auch für andere Menschen da. Kein Mensch lebt nur für sich allein. Wir alle wollen lieben und geliebt werden. Wir brauchen einander. Und da hat Viktor Frankl, aus der Existenzphilosophie kommend, einen Gedanken in die Psychologie gebracht, den ich für ganz fundamental halte. Nämlich dass wir nicht einfach so vor uns dahin trotten und nur fragen: Na, worauf habe ich heute Lust und wohin treibt es mich heute? Was verlockt mich heute? Was kriege ich dafür und was habe ich davon? So leben wir alle. Das haben wir in uns, das gehört zum Menschsein. Aber das ist nur ein halbes Menschsein. Frankl sagt: Wir müssen das Menschsein aufwerten, wir können eine zweite Hälfte dazugewinnen, und dann werden wir komplett. Nämlich: Ich lebe zwar auch für mich, aber nicht nur für mich.

Ja, wir können uns darauf verlassen, dass immer etwas geschieht. Aber wir können uns nicht darauf verlassen, dass das geschieht, von dem wir denken, fühlen, empfinden, dass es auch gut ist. Dass wir dazu stehen können, dass wir uns damit identifizieren können. Damit das geschieht, was ich selbst vor mir, vor meinem Gewissen, meinem Bewusstsein, meinem Bauchgefühl als gut, wichtig und richtig empfinde – dazu braucht es meine Beteiligung. Sich da nur darauf zu verlassen, dass etwas geschieht, ist schon fast Resignation, ist ein Aufgeben, ist laissez-faire, ist die Zügel aus der Hand geben.

Wie kann ich mich beteiligen an dieser Welt, in diesem Leben? Das ist doch die Aufgabe für uns Menschen, weil wir auf die Welt gekommen sind, die wir in diese Welt hineingeboren sind. Wir sollen nicht einfach nur als Herdenvieh mitgehen, sondern wir sollen in unserer Zeit, im Bewusstsein um uns selbst und um unsere Freiheit, um unsere Autonomie, um unsere Entscheidungsbefugnis, diese auch wahrnehmen und entsprechend verantwortlich handeln. Dann lebe ich antwortend und dann lebe ich auch mein Leben. Und darum sind wir auf die Welt gekommen, damit wir unser Leben leben und die Entscheidungen, auch die großen Entscheidungen, nicht anderen überlassen. Sondern dass wir uns daran beteiligen in Form von Information, von Austausch, Diskussion und Dialog und eventuell auch Rebellion oder eben in Form von Unterstützung, wie das bei der Freiwilligenarbeit sichtbar ist.

Pressegespräch dm drogerie markt 3. März 2026:

CSR-Initiative „Lust an Zukunft“ anlässlich 50 Jahre dm in Österreich

Statement Mag. Eva More-Hollerweger

Eva More-Hollerweger ist Senior-Researcherin und Bereichsleiterin der Forschungsschwerpunkte NPOs & Zivilgesellschaft am NPO & SE Kompetenzzentrum und Obfrau von npoAustria. Seit vielen Jahren beschäftigt sie sich mit Freiwilligenarbeit und verschiedensten Themen des Nonprofit Sektors aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Perspektive. Eva More-Hollerweger studierte Betriebswirtschaft an der WU, wobei ihre Schwerpunkte auf Wirtschafts- und Verwaltungsführung, Marketing, Umweltökonomie und Nonprofit Forschung lagen. Neben zahlreichen Vorträgen und Publikationen zu diesen Themenschwerpunkten hat sie als Autorin unter anderem bei der Veröffentlichung der Berichte des Sozialministeriums zum freiwilligen Engagement in Österreich und des Civil Society Index maßgeblich mitgewirkt.

Freiwilliges Engagement wird als Leistung definiert, die unentgeltlich und freiwillig für Personen außerhalb des eigenen Haushalts erbracht wird. Betreuung innerhalb des Haushalts oder gesetzliche Verpflichtungen wie der Zivildienst oder ein Pflichtpraktikum im Rahmen einer Ausbildung fallen also nicht in diese Definition. Die Tätigkeiten finden in ganz unterschiedlichen Bereichen statt, von Sozialem, Sport, Kultur, Kunst bis hin zu politischer Arbeit oder Interessensvertretung oder auch im Bereich der Kirchen oder religiösen Dienste. Wir unterscheiden dabei zwischen formellem und informellem freiwilligen Engagement. Das formelle freiwillige Engagement wird im Rahmen einer Organisation erbracht, das Informelle ist die Nachbarschaftshilfe im weitestgehenden Sinn. Das ist eine wichtige Abgrenzung, weil Studien in anderen Ländern oft nur die formelle Freiwilligenarbeit betrachten.

Freiwilliges Engagement findet durch die gesamte Bevölkerung und verschiedenste Gruppen statt. Es gibt allerdings nach wie vor starke Unterschiede in Bezug auf unterschiedliche Tätigkeiten von Männern und Frauen. Katastrophenhilfsdienste, Sport und Politik sind wenig überraschend Männerdomänen, während im Bereich Soziales oder in kirchlichen Diensten mehr Frauen tätig sind. Generell steigt das Engagement mit zunehmendem Alter – am stärksten engagieren sich Menschen um die 50 Jahre. Über 60 flacht das dann wieder etwas ab. Krankheiten können dabei einen Einfluss haben oder die Mobilität nimmt ab oder man hat vielleicht Verpflichtungen, in der Familie Enkelkinder zu betreuen.

Die Unterschiede zwischen den Bundesländern sind weniger groß als jene zwischen städtischen und ländlichen Bereichen. Im städtischen Bereich gibt es oft nicht so viele

Möglichkeiten, sich zu engagieren. Und es ist auch eine Frage davon, welche Freizeitangebote es gibt – da ist das Angebot im städtischen Bereich viel größer als im ländlichen Bereich. Am Land sind es oft wirklich die Vereine, die das Gemeindeleben sehr stark prägen und wo sich Leute dann engagieren. Das müssen nicht einmal Organisationen sein, sondern oft sind es auch lose Gruppierungen, die sich regelmäßig treffen.

Eine besondere Rolle spielen auch Rettungsdienste und die freiwilligen Feuerwehren – da sind wir anders aufgestellt als es in vielen anderen Ländern der Fall ist. Das hat den großen Vorteil, dass es viele Menschen mit einer soliden Grundausbildung gibt für Unfälle, für Brände, für Hochwasser und anderes mehr. Gäbe es nur eine Berufsfeuerwehr, dann stünden in einem Notfall viel weniger Menschen zur Verfügung, die sich auskennen, was zu tun ist. Das heißt: Neben kurzfristigen ökonomischen Effizienzkriterien kommen hier auch gesamtgesellschaftliche Wirkungen zum Tragen bis dahin, dass hier Kompetenzen erworben werden, die jetzt nicht unbedingt mit dem Beruf zu tun haben, sondern einfach auch für den Alltag wichtig und hilfreich sind.

Freiwilligenarbeit ist mit vielen Millionen Wochenstunden eine absolut relevante Größe für die Gesellschaft. Das tatsächliche Ausmaß ist gar nicht so einfach zu messen. In der Freiwilligenarbeit schreiben die Menschen keine Stunden, sondern geben im Rahmen von Studien eine Schätzung ab. Im Schnitt sind das ungefähr fünf Stunden pro Woche, manche viel mehr, manche viel weniger, teilweise auch unregelmäßig. Auch Unterschiede in der eingangs erwähnten Definition von Freiwilligenarbeit erschweren die Erfassung und stellen eine Herausforderung im Ländervergleich dar. Grundsätzlich zeigt sich, dass zum Beispiel Schweden und die Niederlande eine Vorreiterrolle haben, Österreich liegt im europäischen Vergleich im Mittelfeld. Manche Studien zeigen Österreich ganz vorne – das kommt aber daher, dass wir in Österreich auch die informelle Freiwilligentätigkeit zählen, also die Nachbarschaftshilfe. Das machen viele Länder nicht und dadurch werden oft Äpfel mit Birnen verglichen. Aber unabhängig davon haben wir unter anderem mit 125.000 Vereinen in Österreich sehr gute Rahmenbedingungen für freiwilliges Engagement.