

POLITIK
Geld aus den öffentlichen Kassen für die Parteien?

WIRTSCHAFT
Wie das Arbeitsförderungsinstitut Politik und Unternehmer provoziert

MIT FF-EXTRAHEFT
WOMEN



WAFFE HEIMAT

Wie ein großes Gefühl missbraucht wird



Rote Nervensägen

Das Arbeitsförderungsinstitut hat sich zum sozialpolitischen Gewissen des Landes gemauert. Nicht zur Freude aller.

FF - 21.03.2019 - Nr. 12

Afi-Direktor Stefan Perini im Treppenhaus von Landhaus 12 am Bozner Boden, wo auch das Institut seinen Sitz hat.

Die Rechte der arbeitenden Väter.“ So lautete die Einladung zur Pressekonferenz des Arbeitsförderungsinstitutes Afi am Dienstag. „Befristung plus Teilzeit ist gleich Zeitbombe“ war eine vorangegangene Pressemitteilung überschrieben.

Es ist der Ton des Afi, den man inzwischen kennt: pointiert, klar, kompromisslos. Ein Ton, der mittlerweile auch auf Kritik stößt, der aneckt – in Wirtschaftskreisen und zuweilen auch in der Landespolitik. Das Institut an der Seite der Arbeitnehmerschaft erneuert denächst seine Führungsgremien. Man hat dies jüngst zum Anlass genommen, eine Leistungsschau zu präsentieren: Was hat das Afi, das finanziell fast zur Gänze vom Land getragen wird, die vergangenen fünf Jahre eigentlich gemacht?

Sicher ist: Es hat erheblich an Sichtbarkeit gewonnen und damit das Scheinwerferlicht auch auf sich und seine Anliegen zu lenken gewusst.

„Wir wollten mit unserem Rückblick einfach schauen, ob wir auf dem richtigen Weg sind“, sagt Afi-Direktor Stefan Perini in seinem Büro im Landhaus 12 am Bozner Boden.

Dann legt er los: Man habe von 2014 bis 2018 insgesamt 19 Forschungsberichte und 42 Kurzstudien veröffentlicht, 26 Tagungen, 8 Seminare und 3 Sensibilisierungskampagnen organisiert, dazu 154 Presseaussendungen verfasst, die zu zahlreichen TV- und Radio-Interviews sowie zu 1.737 Nennungen in Print- und Onlinemedien geführt haben. Man habe unter anderem auch das „Afi-Barometer“ eingeführt, das vierteljährlich 500 Arbeitnehmer in einer statistisch repräsentativen Auswahl zu aktuellen Problemen befragt.

Perini ist ein Kommunikationstalent. 2012 ist er vom unternehmerischen Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) der Handelskammer – dort war er für die Wirtschaftsinformation verantwortlich – in die Chefetage des Afi gewechselt. Die Sichtweise der Unternehmer und jene der Arbeitnehmer – das sind für ihn zwei Seiten ein und derselben Medaille.

„Beide Sichtweisen haben ihre Berechtigung“, sagt er. Dass jene des Afi mittlerweile öfter im Rampenlicht steht, soll ihm recht sein. Das ist in der bald 30-

jährigen Geschichte dieser öffentlichen Körperschaft neu. Bis heute wird sie von den Gewerkschaften ASGB, AGB-CGIL, SGB-Cisl und den Sozialverbänden KVW und Acli sowie vom Land Südtirol getragen. „Wir legen vermehrt den Finger in Wunden wie Ungleichheit, Erwerbsarmut, Mindestlohn oder prekäre Arbeitsverhältnisse“, sagt Perini.

Den Grundstein zum Neustart des Instituts (derzeit 11 Mitarbeiter und 323.000 Euro Jahresbudget) hatte noch der alte Institutsrat 2012 gelegt. Bis dahin hatten die unterschiedlichen gewerkschaftlichen Mühlen die Energien des Institutes eher aufgerieben als angetrieben. Neue Themen wie Vermögens- und Einkommensverteilung, Armut, Steuergerechtigkeit, Qualität der Arbeit, oder öffentliche Förderungen sollten das Afi neu positionieren. Auch wurden die lähmenden Sat-



Das Afi hat an Sichtbarkeit gewonnen.

zungen überarbeitet und die Kommunikation professionalisiert.

„Wir sind da, wo wir uns hingewünscht haben, und greifen Themen auf, die sonst niemand analysiert“, sagt Afi-Präsidentin Christine Pichler. Dass das Afi mit seinen Themen angekommen ist, verdankt es auch seinem Direktor.

Der 46-jährige Volkswirtschaftler, der auch die kleine Forscherruppe des Institutes koordiniert, scheut sich nicht davor, anzuecken – und mit zugespitzten Statements die Wirtschaftsverbände gegen das Afi aufzubringen. Etwa wenn er sagt, dass die Arbeitgeber die Früchte des Wirtschaftsaufschwungs nicht an die Mitarbeiter weiterreichen. Oder wenn er das Wifo direkt angeht und dessen Analyse, dass der Wohlstand im Lande relativ breit verteilt sei, infrage stellt.

„Dass man über unterschiedliche Interpretationen diskutiert, bereichert den gesellschaftlichen Diskurs“, sagt Wirtschaftsprofessor Gottfried Tappeiner. Für ihn ist es grundsätzlich nur wichtig, Analysen so zu gestalten, dass sie vom Datenmaterial her außer Diskussion stehen, dann könne man die Energie darauf verwenden, „uns über Werturteile und die politische Ausrichtung zu streiten“.

„Die Philosophie des Afi ist eine andere als unsere: Man ist interpretationsfreudiger als wir“, sagt Georg Lun, Leiter der Wifo. Und Hermann Atz, Soziologe und Meinungsforscher (Apollis) meint: „Das Afi und sein Direktor haben auch aufgrund des Verschwindens der Arbeitnehmer in der Politik die Rolle des sozialpolitischen Gewissens des Landes übernommen.“

Und damit bekommt das Afi-Gesicht politischen Gegenwind zu spüren. Eine Erhöhung der öffentlichen Afi-Finanzierung, die im Omnibusgesetz im vergangenen Jahr bereits vorgesehen war, wurde von der Landesregierung und der Mehrheit im Landtag gekippt.

„Das Afi wird bereits öffentlich gut finanziert, übrigens mit deutlich höheren öffentlichen Beiträgen als das Wifo“, sagt Landeshauptmann Arno Kompatscher. Dieser hatte unter anderem nicht goutiert, dass ihm die politische Bilanz kurz vor den Landtagswahlen schlechtereidet wird – ausgerechnet von jemandem, spricht Perini, der für die grüne Opposition selbst gerne in den Landtag gewählt werden wollte.

Stefan Perini hatte gemeint, dass die Schere zwischen den Niedrigverdienern und den Höherverdienenden immer weiter auseinandergehe. „Das Gegenteil ist nachgewiesenermaßen in den letzten Jahren der Fall gewesen“, sagt Kompatscher. Doch er wisse, dass es noch immer viele Südtiroler gebe, die sich schwertun, mit ihrem Lohn ans Monatsende zu kommen. Daran gelte es zu arbeiten.

Nichtsdestotrotz bescheinigt der Landeshauptmann dem Afi eine wichtige Funktion. „Es ist notwendig“, sagt er, „dass die Daten und die Analysen auch unter den verschiedenen Blickwinkeln der Wirtschaftsträger, sprich Arbeitgeber und Arbeitnehmer, gesehen werden.“

Markus Larcher

