
FRAMTIDEN ÄR INGET VM I HYGGLIGHET

MAGNUS NILSSON

Socialdemokratin intar en särställning. Men det kommer den inte alltid att göra. Det är därför ingen bra idé att försöka bredda bilden av moderaterna mot områden som traditionellt förknippas med något annat parti. Det leder bara till otydlighet.

Den svenska valmanskåren består av ungefär 50 procent som vill ha någon annans pengar och 25 procent som vill behålla sina egna. Resten odlar jorden, tycker att det är viktigt med Gud i politiken, tycker synd om de fattiga, tycker synd om naturen eller tycker synd om Vivianne Franzén. Detta är ett enkelt sätt att se på svensk politik.

Stabil image

Ett annat enkelt sätt att se på svensk politik är ur ett rent marknadsföringsperspektiv. Sossarna är Premium Brand. Moderaterna är uppstickaren. Två till ett. Coke och Pepsi. McDonalds och Burger King.

Att vara först är det viktigaste. Alla vet vem som var den förste som flög över Atlanten. Men bara specialister på flyghistoria vet vem som var tvåa. Ändå var

han en mycket bättre pilot, han flög snabbare och gjorde av med mindre bränsle.

Socialdemokraterna var visserligen inte ensamma på plan när det begav sig, men de har lyckats arbeta in en mycket stabil image. Var och en som har läst samhällskunskap i en svensk skola vet att Arbetarrörelsen gav oss rösträtten och gav den ett innehåll - rättvisan. Socialdemokratin är "the real thing"!

EPA och MEA

När ett märke etablerat en image är den mycket svår att rubba. Det är också mycket svårt att stjäla en produktimage från någon annan. Detta gäller både ideologier och vanliga produkter. De ingår i vår världsbild, i den täta väv av föreställningar om ditt och datt som gör att vi känner igen oss och som är en del av vår identitet. Mercedes är världens bästa bil, Rolls Royce är världens lyxigaste bil. Folkvagn är billig och bra, Volvo köper vi när vi fått barn, Coke is, som sagt, the real thing och EPA står för billigt skräp,

MAGNUS NILSSON är förlagsredaktör på Timbro.

även för dem som föddes långt efter det att den sista av Enhetsprisaktiebolagets butiker köpts av Tempo, som köptes av Åhléns dit vi ändå inte går om vi är ute efter riktig kvalitet. Den köper vi på NK som haft ett rörigt sortiment, för höga priser och rutton service sen långt före det att det bättre och billigare MEA slog igen, eftersom folk hade för sig att MEA var för dyrt att handla på.

Detta har alltså nästan ingenting med några objektiva egenskaper hos produkterna att göra. Det finns flera hundra läskar i världen, är verkligen Coke den godaste? Kanske. Är Prippens det godaste svenska ölet? Är Spendrups verkligen så annorlunda att det motiverar sin särställning som uppstickare mot "monopoljätten"? Eller smakar egentligen inte Prippens och Spendrups ungefär likadant som alla andra? Jo.

BMW eller LADA?

När en viss föreställning är etablerad i folks sinnen är den svår att rubba. Det är helt enkelt inte en särskilt vettig sysselsättning att gå omkring och ompröva alla de tusentals föreställningar vi håller oss med. Om de inte visar sig vara helt åt pipan får de va'.

Vore det inte så skulle folk bete sig som ekonomerna anklagas för att tro att folk betar sig. Den dag en Lada är lika bra som en BMW och kostar en krona mindre kommer BMW:s försäljning att falla till noll. Vi vet att det inte är så. Folk köper inte BMW för att det är en så bra bil. För det vet de egentligen inte. Folk köper BMW därför att den betyder någonting i vårt samhälle. BMW betyder

"bil som ägs av smart, sportig och framgångsrik person." Valet av parti styrs på samma sätt av föreställningar som präglas av mindre "rationalitet" än vi vanligtvis tror. Precis som valet av bil, vin, kläder eller ryggsäcksmärke är valet av parti ett livsstilsorienterat val.

Naiv vision

Detta är den psykologi som gör Ann Wibbles vision om att skapa ett Folkparti med miljöprofil så omåttligt naiv. Visionen förutsätter att man kan hänga på nya egenskaper hos ett parti och därigenom förändra folks bild av partiet. Det finns en efterfrågan på miljöansvar hos valmanskåren, om vi erbjuder miljöansvar som extrautrustning kommer detta att öka antalet väljare. Ingen tror på allvar att detta kommer att fungera. Alla "vet" att Folkpartiet har en hygglig miljöprofil. Men de som tycker att miljöfrågan är viktig på ett konventionellt sätt röstar på miljöpartiet eller möjligen centern.

Ett parti för dem som lyckats

Samma problem har naturligtvis moderaterna när det gäller att förändra sin profil, att, som det heter, bredda sig. Fördomarna om moderater är i allt väsentligt de samma som för 20, 30, 40 eller 50 år sedan. De är mer eller mindre väl- eller illvilliga varianter av föreställningen att moderaterna är ett parti för dem som lyckats och som håller på sitt.

Om vi återgår till inledningens retoriska poäng med egna eller andras pengar ser vi att den har en hel del allvar i sig. Närmare 40 procent av BNP går till bidrag. Och då är inte den offentliga sek-

torn medräknad. Tar vi med den blir en ännu större del av BNP, och av väljarna, som omfattas av bidragstagandet.

Allmännyttigt perspektiv

Dessa väljare misstänker att moderaterna inte är deras parti. Vi vill ju minska bidragstagandet. Och vi vill minska den offentliga sektorn. Många av dem som arbetar i offentligt finansierad verksamhet eller uppbär bidrag kan säkert anlägga ett mer allmännyttigt perspektiv. De kan säkerligen se det rimliga i en mindre offentlig sektor och i ett lägre skattetryck. Men med en privatekonomi med små marginaler och 10-15 procents arbetslöshet utanför förvaltningsknuten gäller det för individen att tänka på sitt. 450 kronor i lägre skatt per månad är inte till någon glädje om man inte har jobb, ens när AMS-siffrorna antyder att man nog kan få ett inom ett år.

Bidragen kvar

Med andra ord är det rationellt för mycket stora grupper att *inte* rösta moderat. Vi har fått ut vår politik mycket tydligt på riksnivån. Alla vet att vi är för personlig frihet, låga skatter och gott företagarklimat. Men med sju procent företagare och ett ganska litet gäng höginkomsttagare för övrigt blir det bara 25 procent. De flesta andra är inte intresserade av detta. De hoppas att få behålla en anställning i offentlig sektor och sina bidrag. Någon bred medelklass med egna hem och egna måttliga men rimliga inkomster att leva på utan bidrag finns inte. Men så har det inte alltid varit. För bara 15-20 år sedan fanns denna kategori

i ganska hög utsträckning.

Koftor och svallande blod

Men då var det nästan inget utrymme till vänster om moderaterna. Man hade röstat för både generalklausuler och senare socialtjänstlagen. Bort med rättssäkerheten. Och bort med varje tanke på att det är individen och inte det allmänna som har det yttersta ansvaret. Skattedebatten handlade om marginalskatter, inte om skattetryck, även ungdomer ansåg stora förmögenheter vara ett problem, "samhället" betydde "staten" och privata dagis var en verklig-hetsfrånvänd och oansvarig utopism. Sakpolitiskt sett är det svårt att komma längre vänsterut även om revolutionärt eller pacifistiskt tungomålstalande, koftor, rödvin och svallande blod naturligtvis inte sågs i kretsen kring Gösta Bohman (vars partiledarskap blev uppbrottet från den tidsanda han verkade i).

Parti för arbetssamma

Det var då moderaterna var fel profilerade. Alla de väljare som motiverades av vänstervågens kraft röstade till vänster. Men många väljare önskade naturligtvis ett parti för de initiativrika och arbetssammans legitima anspråk på utrymme för sin skaparkraft och rätt till sina egna pengar. Men moderaterna var på den tiden inte ett tydligt alternativ.

I dag är det annorlunda. Nästan alla i denna kategori röstar moderat. Och det kommer de att fortsätta med så länge den moderata politiken gynnar dem.

Det är viktigt med fokusering. Uppmärksamhet är en bristvara och

bilden av ett parti måste vara tydlig.

Med framåtanda

Jag tror inte att detta mål går att kombinera med ambitionen att "bredda" partiet genom profileringar på social-, miljö- och kvinnofrågor. En sådan ambition kommer i bästa fall att gynna moderaterna, men gå ut över fp, c och kds. I sämsta fall tar den all strålgång ur moderaterna som det parti som ger stadga åt ett borgerligt förändringsalternativ.

Detta betyder inte att moderaterna bör låta bli att ta fram ännu bättre socialpolitik eller miljöpolitik. Och en betydande åtgärdsinriktad fundering bör ägnas vilka strukturer och vilken mentalitet som orsakar att partiets kvinnorepresentation

är dålig.

Ingen dum bild

Men det är ingenting som bör framhållas med någon större möda. De som tror att moderaterna vill att kvinnor skall kedjas fast vid spisen, socialbidragstagare svältas till döds i gathörnen och naturen skövlas vinner vi ändå inte genom kampanjer.

Bilden av moderaterna är att det är ett parti för dem med framåtanda. De initiativrika, smarta och verklighetsinriktades parti. Ett parti för dem som vill och kan klara sig själva.

Förvisso ingen vision om den universellt goda människan.

Men det är trots det ingen dum bild. Den bör inte göras otydlig.