

SOM BLEV MAUDERAT

Under två decennier ritade han om Sveriges politiska karta. Han var den förste som ägnade sig åt långsiktig opinionsbildning och strategisk kommunikation. För högern är han en levande legend. För vänstern är han högerspöket framför alla andra. Nu berättar han själv om hur det gick till.

Sture Eskilssons strategi-PM som lades fram till Safs styrelse 1971 är förmodligen detta lands mest spridda hemliga handling. I promemorian angav Sture Eskilsson hur arbetsgivarna långsiktigt skulle kunna ta initiativet i opinionen.

– Det startade med den kraftiga och oväntade vänstervinden under slutet av 60-talet. Den var internationellt inspirerad, men överrumplade både företagare och politiker. På många håll var det en rent revolutionär rörelse, vilket många glömmer bort i dag, säger Sture Eskilsson.

Majrevolten i Paris ledde till regelrätta gatustrider. Lika våldsamt blev det inte här. När studenterna som hade ockuperat Kårhuset gav sig ut på gatorna upplöstes det hela i stor förvirring vid Operan.

Vänstern dominerade i debatten och lockade en stor del av de intellektuella. Men Sture Eskilsson hade en motstrategi i sin mytomspunna PM:

– Den ena fasen handlade om att ge en verklighetsbeskrivning. Att visa hur ett lands ekonomiska sammanhang fungerade.

– Den andra fasen var att mer långsiktigt arbeta med intellektuella krafter, och skapa en ny ideologisk bild av hur Sverige kunde se ut.

I DET MESTA SOM SAF gjorde de kommande decennierna följdes de två delar åt. Utåtriktade kampanjer som "Satsa på dig själv" eller "Sätt fart på Sverige" och manifestationer mot löntagarfonderna, kombinerades med mer kvalificerad idéutveckling i tankesmedjor, där Timbro intog en särställning.

Hur det här gick till berättar Sture Eskilsson om i sin memoarbok "Från folkhem till nytt klassamhälle – ett högerspöke berättar".

– Den titel jag tänkt mig var "Händelser längst vägen", men några vänner tyckte det lät färglöst.

Boken slutar i en skildring av det nya klassamhället.

– Folkhemmet var en reaktion mot den tidens fattigdom bland proletariatet i städerna och på landsbygden. I dag finns en ny botten i det svenska samhället. Där befinner sig de som är utestängda från arbete. Som alla unga människor som utbildas till arbetslöshet, eller flyktingar som inte kommer in i samhället.

– Men det finns också en ny överklass. En ekonomisk elit som betalar skatt om de känner för det. Tillsammans med det politiska etablissemang- et bildar de en ny överklass.

Mellan de två finns en medelklass som betalar skatt och försörjer de andra i samhället, menar Sture Eskilsson.

– Samtidigt görs också de mer beroende av staten och politikerna.

Också i dag skulle det behövas en motreaktion, menar Sture Eskilsson. Redan 2001 undrade han "Vart tog Saf vägen?" i en debattartikel.

– Jag fick en del svar som gick ut på att nu är det samarbete som gäller. Mazariner och kaffe, inte manifestationer. Men jag menar att Svenskt Näringsliv har svikit sin möjliga roll som kraft som kan matcha LO. LO har ingen idéutveckling men är fortsatt starka som maktfaktor.

Lika illa är det på den politiska arenan. – Moderaterna är övertaktiska och undviker konfrontation i alla frågor. Jag är inte ens säker på att det valtaktiskt är rätt. De sviker dem som vill ha en annan politik.

Så vilket råd skulle du ge den företagare som vill rösta för en annan politik i dag?

– Då bör de rösta på Maud Olofsson. Hon är den tydligaste förespråkaren för marknadsekonomin i dag. Och bortsett från centerns fastlåsning vid kärnkraften på 70-talet har de alltid varit vänner av den fria företagsamheten.

I dag är det heller inte lika lätt att demonisera socialdemokratien.

– Idén att socialisera företagen har fallit. Däremot finns en strävan i det nya klassamhället att socialisera människorna. Så mycket som möjligt ska bestämmas av staten. Det är också ett sätt att behålla makten.

NYLIBERALERNA är inte borta från arenan. Sture Eskilsson menar att det finns en frisk liberal debatt bland annat på DN:s och SvD:s ledarsida, liksom på till exempel Johan Norborgs och Dick Erixons bloggar.

– Men i det politiska livet är det stiltje.

När Saf drog i gång sitt långsiktiga



Största framgången i det utåtriktade opinionsarbetet var demonstrationen mot löntagarfonder i Stockholm den 4 oktober 1983.

STURE ESKILSSON

1957: Anställs i Saf som ekonom.
1968: Flyttar till den nyinrättade avdelningen för samhällskontakt. Där får han styrelsens uppdrag att agera mot den tilltagande vänstervridningen i opinionen.
1970–1981: Informationsdirektör i Saf.
1971: Sture Eskilsson lägger fram den promemoria som sedan dess är mytomspunnen.
1978–1998: Styrelseordförande i tanke-smedjan Timbro.
2005: I förra veckan kom hans bok "Från folkhem till nytt klassamhälle – ett högerspöke berättar" (Fischer & Co).

opinionsarbete på 70-talet var det inte oomtvistat.

– Visst fanns kolleger och förbunds- direktörer som inte var entusiastiska. Men med åren ökade förståelsen.

Till myterna om "propagandaapparat- en" hörde också att de satsade fantasibelopp.

– Rekordet slog Dala-Demokraten som påstod att vi hade satsat 40 miljarder på opinionsbildning, säger Sture Eskilsson och skrattar. Men som mest handlade det om att vi under ett år satsade 40 miljoner, det var under det intensiva skedet i kampanjen mot löntagarfonder.

Största framgången i det utåtriktade arbetet var demonstrationen mot löntagarfonder i Stockholm den 4 oktober 1983. Runt 75 000 fyllde gatorna.

– Vi visste inte själva hur många som skulle komma. Vi sökte ett tillstånd för en demonstration med 5 000 personer.

Största framgången i idéarbetet var starten av Timbro 1978. Sture Eskilsson blev ordförande och stannade i den rollen i tjugo år. Timbro blev en plats för de intellektuella samtalen liksom en plantskola för högern.

EN BIEFFEKT av Safs opinionsarbete var också födelsen av den svenska pr-branschen.

– Peje Emilsson, Carl Bildt och Anders Wijkman uppvaktade mig när de var aktiva i studentförbundet. De hade inga vidare idéer vad vi skulle göra, men det var intressanta personer. När Peje startade Kreab blev vi tidigt kunder hos dem. Det fanns pr-byråer innan dess, men att anställa folk med politisk bakgrund ansågs omöjligt.

– Fast Kreab hade blivit ett framgångsrikt företag även utan oss som kunder. Men även för JKL var vi bland de första kunderna. De gjorde mycket ungdomsmaterial åt oss.

Ingen har egentligen i dag tagit Safs plats i opinionsbildningen.

– Det man ser mest i dag är alla dessa myndigheter som satsar mer i olika kampanjer än vad vi någonsin gjorde. I dag är det en opinionsbildning som skilts från ideologiska. Svenskt Näringsliv borde ägna sig åt att föra ut de liberala vindar som finns, säger Sture Eskilsson.

JANNE SUNDLING
janne.sundling@gazetta.nu