

För att nå fram till s-väljarna måste borgarna börja nu

Ska en borgerlig politik ha en chans i valet år 2006 måste borgarna redovisa sina visioner – och nå fram med dessa även till traditionella s-väljare. Och då måste de börja nu! Klatschiga plakat en månad före valet skapar inte den nödvändiga insikten om att dessa väljargrupper har mer att vinna på sundare näringsvillkor.

Att säkra lojala väljargrupper genom bidragspolitiken har varit en framgångsrik affärsidé i 70 år – det krävs stora pedagogiska insatser om den ska genomskådas på bred front, anser Stefan Engström, auktoriserad revisor och moderatpolitiker i Tyresö.

Ofta kan man läsa i tidningar om regeringens bristande kunskaper när det gäller behovet att reformera skattesystemet och villkoren för företag och företagare. Nils Karlson och Dan Johansson, Ratio, skrev nyligen på DI debatt att "insikten om att ekonomisk utveckling är en entreprenördriven process inom ramen för marknadsekonomins institutioner förefaller dessvärre vara helt otillräcklig hos makthavarna".

Fel! Regeringen kan naturligtvis vara dålig, men dum är den inte.

Insikten finns självfallet i regeringen att förmögenhetsskatten, 3:12-regler, höga marginalskatter och annat skadar den ekonomiska utvecklingen.

Att genomföra reformer skulle dock medföra en uppslitande debatt inom partiet. Och viktigast – man skulle skänka bort röster till vänsterpartiet och miljöpartiet. Ingen politiker vill decimera sitt partis storlek och inflytande ens för välbehövliga reformer.

Sverige kan ju sägas vara i en "moment 22-situation", sprungen ur ett socialdemokratiskt system som inte medvetandegjort behovet av att ta egna initiativ. Genom bidragspolitiken och kollektivanslutning av LO-medlemmar har man skapat lojala väljargrupper som säkrar regeringsmakten. Och resultatet har varit överväldigande. Regeringsinnehav under 63 av de senaste 72 åren!

Med nuvarande regering kan man alltså inte förvänta sig några reformer som på en lite längre sikt skulle gynna landet. Innan reformerna ger effekt i form av fler arbetstillfällen och ökad välfärd, skulle regeringspartiet ha hunnit tappa sitt väljarstöd.

Det är därför viktigt att de borgerliga par-

terna redan nu kan övertyga väljarskaran om nödvändigheten att reformera näringsvillkoren och skattesystemet för att skapa tillväxt.

Tyvärr bemöts en tillväxtbefrämjande politik med argument om att klasskillnaderna ökar.

Det är sant att så sker när man mäter förändringar i bruttolöneinkomster. Men en ekonomisk utveckling som gynnar alla, kommer procentuellt att ge låginkomsttagaren en större ökning av den summa som blir kvar i plånboken sedan alla nödvändiga utgifter betalats.

Det gäller alltså att få traditionellt socialdemokratiska väljare i de inkomstsvagaste grupperna att förstå att en förändring av näringsvillkor och skattepolitik och därmed sammanhängande tillväxt kommer att skapa den mest gynnsamma utvecklingen för just dem själva, att förklara politiken utifrån ett låginkomsttagarperspektiv som var och en kan känna igen sig

Det gäller också att skapa en tro på att enskilda människor själva kan åstadkomma något.

Här måste också pekas på vikten av utbildning, eftersom sådan skapar människor med självkänsla och självförtroende samt nödvändiga kunskaper för att kunna vara en viktig kugge i samhällsmaskineriet.

TIDIGARE INLÄGG

Nu blir både små och stora företag allt färre. Villkoren för företag och företagare måste nu förbättras radikalt, om Sveriges framtid som industrination ska kunna räddas, skrev docent **Nils Karlson** och fil dr **Dan Johansson** vid forskningsinstitutet Ratio 1/9. Vill vi ha nya företag måste riskpremien bli realistisk, skrev **Ulf Jakobsson**, chef för Industrins utredningsinstitut, och **Göran Normann**, docent, Grufman Reje Management, 14/9.



DUGER INTE. De borgerliga partierna har en stor pedagogisk utmaning framför sig om det ska bli regeringsskifte 2006. Den klarar man inte med slagord månaden före valet, skriver en moderatpolitiker.

Om man blickar tillbaka på de gångna åren, har de borgerliga valargumenten för folkflertalet främst förts fram på reklamplakater och plakat i augusti och september under valår och då i form av slogan.

Moderaternas budskap var till exempel vid valet 2002 helt obegripligt. "Rösta på din frisör", "rösta på din lärare".

I stället gäller det att *nu* nå fram med politiken, skapa en vision om hur Sverige kan se ut om fem, tio och femton år, om nödvändiga reformer genomförs.

Klarar de borgerliga partierna inte det, kommer samma makthavare som Sverige har i dag även att vinna 2006 års val. Och

förmögenhetsskatten, 3:12-regler och annat som hämmar en sund ekonomisk utveckling kommer också att finnas kvar.

Dock torde allt färre entreprenörer finna sig i det och därför flytta utomlands. Men vad gör det för vissa politiker?

Den bidragstagande väljarskaran flyttar inte. Och så länge de finns kvar, finns också statsråds- och riksdagsplatserna kvar.



Stefan Engström auktoriserad revisor, Sonora Revision & Konsult AB, ersättare i Tyresö kommunfullmäktige (m)