

Kap 25 : ”Att sälja Sverige”

CGs utlandsresor är pr-resor, statsbesök och industridelegationer. Det fanns under prinsessan Christinas ”prinsessvikariat” 1965-1975 förespråkare att även skicka svenska kulturdelegationer men detta fullföljdes aldrig. Terminologin flyter men definitionsmässigt måste CG delta för att det skall räknas som statsbesök. Annars är det ett officiellt besök.

CG leder inte några renodlade säljdelegationer (vilket prins Bertil gjorde) utan försöker genom sin medverkan i industridelegationer väcka ett intresse för svenskt näringsliv och samhälle. CGs medverkan är viktig därför att kontakterna oftast följer det diplomatiska protokollet. De etableras på den nivå som delegaterna representerar. Detta gäller särskilt i statusmedvetna samhällen som monarkier och diktaturer. CGs första statsbesök var till grannländerna: 1974 till Norge och Finland, 1975 till Danmark, Island och England. Finland och Norge gjorde ett återbesök 1975. Totala antalet utländska statsbesök var under 1970-talet 11, 1980-talet 16, 1990-talet 18 & 2000-talet 24. Ett år var det 2000 förslag som blev två besök. Prioriteringarna sker enligt ”det statliga uppdraget (DSU)” som är en satsning på marknader.

Hur går det då till när de svenska företagen erhåller kunglig guldkant till sina säljturnéer?

"Hovet får en rad inbjudningar till statsbesök varje år. Dessa lämnas över till UD som tar ställning till vilka som är lämpligast", säger Catherine von Heidenstam, protokollchef på UD.

Den omständliga arbetsprocessen börjar med att UD sonderar med sina geografiska enheter om det finns intresse och motiv för ett statsbesök. Vid varje geografisk enhet arbetar en så kallad främjare med nära relationer till det svenska näringslivet i respektive region. UD tar också in förslag och för diskussioner med Exportrådet, Invest in Sweden Agency, Svensk Handel och Svenska institutet.

När dessa diskussioner är klara går förslagen vidare till statsrådsberedningen och utrikesministern. Utrikesministern får i sin tur i uppgift att föredra en lista med förslag för kungaparet som ges möjlighet att komma med förslag och lämna synpunkter. Det formella beslutet fattas av regeringen. Kungens och drottningens medverkan i beslutsprocessen är tämligen begränsad. Deras prestationer efterfrågas senare när det ska vinkas, skålas, skakas hand och klippa band.

Syftet är inte bara att statsmän och politiska företrädare ska mötas och fördjupa sina kontakter utan också att företagen ska kunna hitta kunder och samarbetspartner.⁷⁷⁵

Därefter reser 1:e hovmarskalken tillsammans med någon från slottets pressenhet och en säkerhetspolis till det aktuella landet. Framförhållningen är cirka två månader. 1:e hovmarskalken och någon ansvarig planerar ceremonielet på plats. Mycket arbete läggs ned. Vid ett statsbesök i Italien 2009 flög ett av försvarets Herculesplan ned med slottets porslin, silver och linne för en ståndsmässig kungamiddag. SAS hade 1960 ett specialformulär med 200 frågor vid kungliga resor. Kanske finns det kvar.

Den publicitet som CG genererar vid besöken är viktig eftersom det gäller att ”sätta Sverige på kartan”. Alla tycks intresserade av en livs levande kung även om de inte känner till hans hemland. Svenska företag är därför intresserade av att ha CG som ”maskot” även om det för dem kan vara mycket resurskrävande. Före ett statsbesök ordnas så kallade förbesök för att informera om Sverige. Journalister från t ex Portugal 1986 besökte Sverige någon månad innan CG åkte dit vilket genererade bra publicitet för besöket. Sverige har ett gott rykte. Som svensk statschef även CG.

⁷⁷⁵ Jonas Malmborg. Så beställer topparna statsbesök. Veckans affärer, 2006-06-19.

*

CG kom att starta sina statsbesök i en brytningstid när Sveriges fördelar av att ha undsluppit andra världskriget var borta. Efter ett statsbesök i Saudi Arabien 1981 var CG ganska trött på de medföljande företagscheferna och gick ut med följande budskap:

– Tyvärr lever uttrycket "Made in Sweden" fortfarande kvar. Det är en kvarleva från 50-talet då svenska varor praktiskt taget sålde sig själva. Det gäller inte längre, men många svenska exportföretag tror att det fortfarande är så. Det ställer till problem vid export till andra länder.

– Svenska exportföretag måste bli mer lyhörda för vad olika marknader efterfrågar. Vi kan inte komma till exempel till Saudi Arabien eller Japan och tala om för dem vad de ska ha.

Vikten av att förbereda sig inför ett utlandsbesök gäller i lika hög grad svenska företag som kungaparet, anser kungen.⁷⁷⁶

Påhoppet skapade en del harmsna dementier. Några konflikter att tala om verkar dock ej ha förekommit mellan CG och näringslivet. De vill ha mer av hans tid.^{777,778} Enda konflikten verkar finnas med förre Volvochefen Pehr Gyllenhammar. Enligt en version blev Gyllenhammar under ett officiellt besök i Frankrike juni 1990 då han ledde exportrådets industridelegation putt på CG för att denne p g a sin dåliga franska höll sitt tal på engelska och att Gyllenhammar trots sin egen utmärkta franska då var tvungen att göra sammaledes.⁷⁷⁹ Enligt en annan version hade Gyllenhammar åsikter om CGs närhet till Wallenbergsfären.⁷⁸⁰ Förstahandsinformation saknas dock. Kanske liknade CG och Gyllenhammar varandra för mycket:

Gyllenhammar säger sig avsky maktspelet men är likafullt den ende i näringslivet som är beredd att mobilisera fackföreningar, politiker och den allmänna opinionen mot sina motståndare.

Makten är samtidigt en chimär – den bygger inte på arv eller förmögenhet utan på förmågan att övertyga andra att han har rätt. Hans popularitet vilar likt en skådespelares på att ständigt visa upp sig, stå i rampljuset, göra en bra föreställning och få goda recensioner. Skulle Gyllenhammar begå riktigt allvarliga misstag och Volvo börja gå dåligt, så öppnas falluckan även för honom. Alla hans lysande estraduppträdanden väcker avund, men kritikerna har en svår sats så länge Volvo är vinstrikt och välskött.⁷⁸¹

UD skall även ha irriterat sig på CG och Silvia under världsutställningen 1992 i Sevilla i Spanien då de insisterade på att spela golf hellre än att närvara. Inte heller detta har gått att verifiera. Naturligtvis finns det många tillfällen när CG p g a tidsbrist inte kan närvara, men det har inte gått att hitta något tillfälle när han helt sonika inställt ett planerat evenemang av ointresse eller för att markera sitt missnöje. Däremot har han kortat olika inslag när publiken blivit för påträngande, t ex vid ett statsbesök på Island 2004 när han trängdes ut i ett livsfarligt område med lergejsrar. Det tycks ha varit journalister som ville intervjua honom om Brunei.

*

⁷⁷⁶ P O Eriksson. Kungen om exportindustrin. Svenska företag, ta er i kragen. Expressen, 1981-03-06.

⁷⁷⁷ Joakim Båge. Dagens Industri Weekend, 2003-09-05.

⁷⁷⁸ Jonas Malmberg. Dörröppnare - inte kompis. Veckans affärer, 2011-06-08.

⁷⁷⁹ Frank Bergå. En kung i Paris. Tidningen Z, 1990:12.

⁷⁸⁰ Lena Rainer. Publicistklubbens debatt 1996-05-13.

⁷⁸¹ Henric Borgström & Martin Haag. Gyllenhammar. Bonniers, 1988, s 315.

Den traditionella inställningen är att kungahusets betydelse för landet inte går att mäta i pengar. Det har dock inte hindrat folk, även kungahuset självt, från att försöka. De inledde förhandlingar med forskaren Mats Urde men Dagens industri hann före.

Dagens industri anlidade varumärkesexperten Mats Fogelberg på Audumbla Pilots. Denne uppskattade värdet av kungahusets PR (statsbesök, kontakt med olika utländska företag och liknande) till en halv promille av exporten för företag med över 200 anställda; för år 2002 en halv promille av 582 miljarder kronor = 291 Mkr brutto; kostnaden för hovstaten = 45 Mkr ger värdet $291 - 45 = 246$ Mkr netto. ”Under förutsättning att kungahuset består i all oändlighet och att avkastningsräntan är 5 procent kan dess värde genom annuitetsmetoden beräknas till $246/0.05 = 4920$ Mkr.” Kanske det. Silvias värde bedömdes aningen högre än CGs. Anledningen påstods vara CGs diffusa uppdrag. ”Kungen borde ha en tydligare egen agenda. Kanske till exempel sikta in sig på näringslivet. Men det är inte bara hans eget fel att han inte har det. Han borde ställa högre krav på riksdag och regering att ge honom tydligare riktlinjer kring vad de vill att han ska göra, vad han ska leverera.”⁷⁸²

Fogelberg påstod även att kungahusets marknadsvärde var i avtagande eftersom det konkurrerade med sportstjärnor som Carolina Klüft, artister som medlemmarna i Cardigans och välkända företag som Ikea. Kungaparet uppmuntrades inte heller att göra sitt bästa. Det fanns varken morötter eller bonus. Här får man nog säga att Fogelberg grundligt hugger i sten. Som framgår av ICA-Kurirens Sifo-undersökningar 1984-2007 (bilaga 1: tabell 1) finns det skillnader inom kungahuset. CG har huvudsakligen konkurrerat med industriledare och politiker. Silvia med Astrid Lindgren och politiker. Det är bara 2005 och 2006 som sportstjärnor har vunnit kampen. Angående morötter och bonus förefaller de inte behövas. Detta med att hävda kungariket Sverige tycks oavsett vara CGs främsta målsättning här i livet.

Hovets varumärkesexpert, forskaren Mats Urde utgick från ett alternativkostnadsresonemang. ”Om man för apanaget skulle köpa utrymme för kungahuset i världens alla media och tar hänsyn till att redaktionellt utrymme är tio gånger värdefullare än reklam, så kommer man fram till att kungahuset har ett värde på 600 miljoner kronor.”^{783,784} Senare har han justerat skattningen till 900 miljoner kronor baserat på apanaget multiplicerat med en faktor 20.

Även andra studier är överens om kungahusets värde för exporten utan att vilja gå så långt som att sätta en siffra på den. Det viktigaste argumentet förefaller vara att eftersom ett varumärke tar lång tid att arbeta in har kungar vissa fördelar, de sitter ju längre än presidenter.^{785,786} Motargumentet har varit att kungahuset inte gör tillräckligt många statsbesök för att det ur exportsynpunkt skall ha någon praktisk betydelse: 1974-2011 gjorde CG 70 statsbesök till ungefär 50 länder (beror på hur man definierar ett land), d v s i genomsnitt 1.84 statsbesök per år till 1.35 olika länder. Flest statsbesök gjorde CG till Finland (1974, 1983, 1996, 2003) och Island (1975, 1987, 2004). Detta beroende på att ett nytt statsbesök bör göras varje gång ett land betyder statsöverhuvud men av praktiska skäl görs så enbart för de nordiska länderna.

⁷⁸² Mats Fogelberg [Audumbla Pilots]. Värde fem miljarder. Dagens industri Weekend, 2003-09-05.

⁷⁸³ Greyser, Stephen A, Balmer, John M T & Urde, Mats. The monarchy as a corporate brand. Some corporate communications dimension. European Journal of Marketing, vol 40, 2006:7/8, s 902-908.

⁷⁸⁴ Olle Berner. Hur lönsam är du, våran kung? Newsmill, 2010-05-24.

⁷⁸⁵ Maja Sommelius & Caroline Troedsson. För Sverige i tiden? En studie om nationellt varumärkesbyggande och kungahusets betydelse för en slagkraftig Sverigebild. Lunds universitet, Institutionen för Service management, D-uppsats, vt 2007.

⁷⁸⁶ Intervju med Helene Riise, informationschef, Exportrådet. Odaterad. (Omkring 2010.)

Den privata konsumtionen året för CG & Silvias bröllop ökade 4.2 procent trots att BNP det året endast ökade 1.1 procent.⁷⁸⁷ Detta verkade lovande för framtiden.

I samband med bröllopet mellan kronprinsessan Victoria och Daniel Westling fick mediaanalysföretaget MediaPilot i uppdrag av Nämnden för Sverigefrämjande i Utlandet (NSU) att analysera värdet av den internationella publiciteten omkring bröllopet.⁷⁸⁸ I NSU ingår Utrikesdepartementet, Näringsdepartementet, Sveriges Rese- och Turistråd (VisitSweden), Invest Sweden, Exportrådet och Svenska institutet. Värdet sattes till vad det hade kostat att köpa motsvarande mängd annonser. Bröllopet bevakades av mer än 700 ackrediterade journalister och 45 utländska TV-bolag var på plats. Värdet av artiklarna i tryckta medier och på internet uppgick till 2.7 miljarder kronor (varav 1.2 miljarder i enbart Tyskland). Antalet internetartiklar var cirka 12 tusen. Värdet av radio och TV analyserades ej men var högt. Staten avsatte 10 miljoner i extra anslag till bröllopet (varav 1.8 miljoner som hjälp till journalistisk bevakning). Återbäringen beräknat på detta sätt var således 270:1.

Analysen gav upphov till reflektioner om värdet av den svenska publiciteten: ”Hur stort är då värdet av all denna [svenska] gratisreklam? Aftonbladets sex Royal-bilagor motsvarar, enligt experter på företaget Infopaq, ett annonsvärde på 22 miljoner kronor. Sedan tillkommer 194 000 kronor per helsida inne i tidningen. Dag efter dag, år efter år. Televisionen i allmänhetens tjänst bidrar med det stora stödet i varumärkesbygget. SVT:s 40 timmar av specialprogram inför bröllopet och ’den största direktsändningen någonsin’ är värda 740 miljoner kronor. Då är inte ens de jublande bulletinerna kring förlovningen medräknade. Bröllopsrapporteringen som helhet betingar alltså ett värde som motsvarar miljardbelopp – om hovet skulle behöva betala för all den goda publiciteten.”⁷⁸⁹ Motbilden är att kungahuset knappt nämns i Svenska Institutets redovisning av Sverige bilden utomlands. CG må arbeta för Sveriges exportindustri men han själv går inte på export. Statsbesöken är heller ej särskilt omskrivna i Sverige. Antalet svenska pressfolk som bevakar statsbesöken har med åren sjunkit från som mest 20 till som minst fem (två från SVT; en vardera från Scanpix, TT & pressen).

Utöver schablonskattningarna finns ett antal personliga uttalanden om CGs värde för exportindustrin av de som deltagit i statsbesöken, t ex LM-chefen Michael Treschow:

- Hur värdefull är kungen egentligen för svenska exportföretag?
- Det är ju inte så att han sitter i förhandlingar och plockar hem ordrar. Men han underlättar för oss att träffa personer på rätt nivå och det blir större fokus på ett besök om kungen och drottningen deltar.

- Så du tycker att kungen gör skäl för sitt apanage?
- Det tycker jag. Han skapar en fin inramning. Kungahuset är något vi ska vara stolta över.⁷⁹⁰
- ...
- Att det råder stor konkurrens mellan företagen om att få närvara vid kungens resor är det yttersta beviset på att hans arbete behövs.⁷⁹¹

Och Svenska Institutets vd Olle Wästberg (fp):

⁷⁸⁷ Olle Zachrisson. Kungligt bröllop ger miljardrullning. Svenska Dagbladet, 2009-02-24.

⁷⁸⁸ Svenska Institutet. Det internationella mediagenomslaget av det kungliga bröllopet beräknas till 2.7 miljarder. 2010-06-23.

⁷⁸⁹ Rasmus Malm. Hovet tjänar på god publicitet. Göteborgs-Posten, 2010-06-09.

⁷⁹⁰ Annelie Östlund. ”Jag kallar honom kungen”. Affärsvärlden, 2005-12-11.

⁷⁹¹ Michael Treschow. Kungens dubbla verkligheter. I: Mats Ögren (red). För Sverige – Nuförtiden. En antologi om Carl XIV Gustaf. Bokförlaget DN, 2006.

Gör kungen någon nytta?

Kungen har hyllats i tidningar och av politiker i samband med invigningen av världsutställningen i Shanghai [2010]. Eftersom jag både sysslat med bilden av Sverige och varit med på statsbesök och officiella besök fick jag frågan i Sveriges television om det stämmer. Mitt svar är att kungen är flitig; han blir sur om det är luckor i programmet när han är utomlands. Och på många ställen spelar det roll att det är en kung som leder en svensk delegation. Tumregeln är att ju läskigare regimen är ju större roll spelar den kungliga närvaron.

I USA, som är en fungerande marknadsekonomi (och där man dessutom är stolta över att vara en republik), öppnar inte kungahuset många dörrar. Däremot lockar de kungliga till t ex välgörenhetstillställningar på ett sätt inte en president skulle göra. I centralstyrda statshandelsländer är det av stor betydelse att nå fram till rätt beslutsfattare – och då är det inte sällan lättare med just en kung. Kanske är det logiskt: Diktaturer tycker ju inte det är konstigt att statschefen inte är folkvald.⁷⁹²

Och från CG själv:

Min titel gör att kontakterna med till exempel kung Kahlid i Saudi-Arabien [1981] förmodligen kom att hamna på en annan nivå än om Sverige hade varit en republik. Den omständigheten att båda länderna är monarkier gör att jag har en känsla av att vi kom på samma våglängd. Det är lättare för Saudi-Arabien ledare att känna samhörighet med ett kungadöme än med en republik. Det gäller trots att kungen där har en helt annan ställning än i Sverige.⁷⁹³

*

Ett inhemskt statsbesök omfattar fyra dagar och inleds med en välkomstceremoni och en middag på Stadshuset. Andra kvällen hålls en så kallad svarsmiddag, där det besökande landets statschef är värd. En eller två dagar ägnas åt kultur och samhälle i Stockholm. Ytterligare en dag är reserverad för ett besök i en annan stad, ofta Uppsala, Göteborg eller Linköping. Programmet i övrigt styrs av de besökande statschefernas personliga önskemål. Antalet inhemska statsbesök var under 1970-talet 5, 1980-talet 15, 1990-talet 21, 2000-talet 14. Mest skriverier har det varit om CGs besök hos kommunistiska regimer och ”orientaliska despotier”. Bland de förra märks Sovjetunionen, Jugoslavien, Rumänien, Kina och Vietnam. Bland de senare märks Saudiarabien och Brunei. Det har även förekommit kritik av att aktiviteterna är så till den grad könssegregerade. CG och herrarna besöker industrier. Silvia och fruarna besöker daghem.

Normalt har inte CG synpunkter på vilka länder han besöker. Mordet på Folke Bernadotte påstås han dock varken ha glömt eller förlåtet. Den israeliska polisen gjorde en synnerligen lam insats och ansvarsfrågan blev aldrig ordentligt utredd. Mordet utfördes av den sk Sternligan, en terrorgrupp i vilken de israeliska sedermera premiärministrarna Menachem Begin och Yitzhak Shamir hade ledande positioner. 1970 publicerade en av de ansvariga Baruch Nadel sina memoarer. Eftersom brottet då ännu inte var preskriberat hade det varit möjligt att kräva att han utlämnades till Sverige men så skedde inte. 1975 förnyade Israel en tidigare inbjudan i samband med att kreditivbrevet överlämnades. På 1980-talet hävdade f d livvaktens Yehoshua Cohen att det var han som höll i vapnet. Det väckte ett visst uppseende eftersom han och Israels förste premiärminister David Ben-Gurion varit nära vänner. Gustaf VI deltog inte i Tage Erlanders besök 1962 och Olov Palmes besök 1982 ställdes in efter det att han meddelat att han i så fall skulle ta upp mordet på dagordningen.⁷⁹⁴ Vid Olov Palmes

⁷⁹² Olle Wästberg. Gör kungen någon nytta? Nyhetsbrev, 2010-05-28.

⁷⁹³ Herbert Rock & Johan Hjertqvist. Intervju med kung Carl Gustaf. Näringslivets presstjänst, 1981-03-13.

⁷⁹⁴ Anders Ferm. Publicera en vitbok om mordet på Bernadotte. Svenska Dagbladet, 2008-05-19.

begravning 1986 närvarade president Shimon Peres. CG skall vid tillfället ha sagt ”Låt oss inte glömma att Olof Palme är den andre svenske medlaren i Mellanöstern som föll offer för en mördares kulor”.⁷⁹⁵ Vid ett statsbesök av president Chaim Herzog i Sverige 1990 påstås CG åter velat ta upp frågan – Shamir hade då hunnit avancera till premiär minister – men förbjudits av utrikesdepartementet att göra så. Prinsessan Christina närvarade vid en minneshögtid i Israel den 14 maj 1995 då Shimon Peres, nu utrikesminister, framförde en officiell ursäkt. Ytterligare en officiell ursäkt framfördes 1998 men nästa besök 1999 blev trots det inte ett statsbesök av CG utan ett officiellt besök av Göran Persson. CG har inte heller senare besökt landet. CG har däremot vid olika tillfällen besökt grannländerna Jordanien, Egypten och Saudi Arabien. Hans inställning kannstöptes fortfarande 2012 då kronprinsessan Victorias lät döpa sin dotter till Estelle efter Folke Bernadottes fru Estelle Manville. Det antogs vara en politisk markering men har nog mera med att hon identifierar sig med hans roll som hjälparbetare och medlare.

1992 besökte CG Irland trots mordet på sin släkting lord Louis Mountbatten. Denne dödades 1979 av IRA ombord på sin jakt med hjälp av en fjärrstyrd bomb.

CG delar ut ordnar till förtjänta utlänningar. Det rör sig huvudsakligen om Nordstjärneorden. Vid statsbesök delar han även på förslag av UD ut Serafimerorden. Detta förefaller ske som en ren artighetsgest och har fullständigt devalverat ordnarnas värde. T ex var det bara Liberala ungdomsförbundet som efteråt, trots den upprörda debatten, reagerade på att sultanen av Brunei faktiskt tilldelats Sveriges främsta hedersutmärkelse. CG och Silvia skickar varje år jul- och nyårshälsningar via UD till andra statschefer och kondoleanser om någon kunglighet avlidit. Det är standardtexter som CG godkänner. UD skickar även ”nationaldagstelegram” undertecknade CG.

⁷⁹⁵ Martin Aagård. En hjälte vi inte behöver. Aftonbladet, 2012-04-17.