

Ideologie speelt geen rol bij donaties VS

Amerikaanse verkiezingen zijn een geldspel, waaraan ook Nederlandse bedrijven meedoen. Vorig jaar steunden ze vooral conservatieven – en Hillary Clinton.

Door onze correspondenten
TOM-JAN MEEUS
EN FREEK STAPS

WASHINGTON/NEW YORK, 7 APRIL. De rol van het geld in de Amerikaanse politiek blijft groeien. Deze week werd bekend dat Hillary Clinton en Barack Obama de eerste drie maanden van hun campagne elk ongeveer 25 miljoen dollar hebben opgehaald. John Kerry, de kandidaat van de Democraten in 2004, bracht destijds in dezelfde periode 7 miljoen binnen.

Ook Nederlandse bedrijven doen mee aan het grote Amerikaanse geldspel. In een bijrolletje, maar toch. Net als andere ondernemers die in de VS iets willen bereiken, doen ze het vooral om toegang tot politici te kopen. „Er is geen andere manier om tegenover ze terecht te komen”, zegt Shannon McDonald van advies- en ingenieursbureau Arcadis. En Susan Gordy van ABN-dochter LaSalle: „Door politici te steunen kunnen we deelnemen aan beleidsdebatten, en ons over bepaalde wetgeving uitspreken.”

Het Center for Responsive Politics in Washington, dat de donaties aan politici in de VS registreert en onderzoekt, gaf deze krant tegen betaling (200 dollar) inzicht in alle Nederlandse giften aan Amerikaanse politici bij de Congresverkiezingen van vorig jaar. Zo kwamen de meest actuele gegevens op tafel – de donateurs in de presidentiële race zijn nog niet officieel bekend.

Republikeinen, die vorig jaar vochten voor het behoud van hun meerderheid in het Congres, en daarmee voor de continuering van president Bush' aanpak in Irak, hadden bij de meeste Nederlandse ondernemingen de voorkeur. „Bedrijven steunen meestal de partij die de macht heeft”, zegt Clyde Wylcox van Georgetown University, die de motieven van ondernemers voor politieke donaties onderzocht.

Directe bedrijfssteun aan kandidaten is verboden. Er zijn twee populaire manieren om dat te omzeilen. De eerste is de oprichting van een Political Action Committee, PAC. Een PAC wordt met geld van werknemers gevuld. Formeel staat een PAC los van het bedrijf, maar meestal opereert het vanuit de onderneming. „Het bedrijf betaalt de overhead en de directie stelt de manager van het PAC aan”, zegt hoogleraar Wylcox.

Van de acht grote Nederlandse bedrijven in de VS die een PAC hebben, steunden er vorig jaar zes in ruime meerderheid Republikeinen (grafiek). Bij ING en LaSalle bleef het ongeveer in evenwicht. Grootmachten als Reed Elsevier (72 procent naar Republikeinen), Philips (81 procent) en Shell (87 procent) kozen voor de partij van Bush. De drie benadrukken dat het om de keuze van hun werknemers gaat. Maar de steun heeft ook strategische waar-



De Democratische senator Hillary Clinton houdt tijdens een fundraisinglunch de hand omhoog van Susie Tompkins Buell, medeoprichter van kledingmerk Esprit. (Foto AP)

de. De PAC van Philips geeft bij voorbeeld alleen aan kandidaten die „garant staan voor onze zakelijke belangen”, aldus Philips-woordvoerder André Manning.

Bedrijven doen graag alsof ze weinig met hun PAC te maken hebben, zegt Doug Weber van het Center for Responsive Politics. „Maar in de meeste gevallen zijn PAC's onderdeel van hun campagnestrategie.” Susan Gordy van LaSalle bevestigt dat. Werknemers die geld in het PAC van LaSalle storten, bepalen bij deze ABN-dochter dan ook niet welke politici geld krijgen. „Een medewerker weet niet welke kwesties er op de achtergrond spelen.”

Een tweede manier om politici te steunen gaat via individuele donaties: niet Shell steunt een kandidaat, maar de bestuursvoorzitter van Shell Oil in de VS, John Hofmeister. Shell noemt dat zelf geen zaak van het bedrijf. Maar het Center for Responsive Politics registreert deze

donaties als bedrijfsgiften „wanneer ze onderdeel uitmaken van een patroon van donaties aan een kandidaat”, zegt Weber. In deze categorie gaat minder geld om dan in PACs (zo doet Philips er vrijwel niet aan), en de giften worden in deze categorie door de meeste bedrijven ongeveer gelijk verdeeld tussen Republikeinen en Democraten. De helft van de acht politiek actiefste Nederlandse bedrijven in de VS gaven via individuele donaties iets meer aan Democraten (ING, LaSalle, Shell en Philips), de andere helft aan Republikeinen (Aegon, Arcadis, Mittal en Reed Elsevier).

De voorkeuren van Nederlandse bedrijven waren ook zichtbaar bij de keuze van de nieuwe voorzitter van het Huis van Afgevaardigden, de op twee na machtigste politicus van de VS. Tot de verkiezingen was dat Dennis Hastert, een conservatieve volgeling van Bush. De PACs van Shell, Philips en ABN Amro storten samen

15.500 dollar in zijn campagnekas. „Ik heb jarenlang met Denny gewerkt”, zegt Gordy van ABN-dochter LaSalle. „Hij staat gewoon altijd heel positief ten opzichte van bankieren.”

In Washington had de reputatie van Hastert geleiden onder enkele affaires. Daarom was ook de tweede Republikein in het Huis, meerderheidsleider John Boehner, in de race voor de baan. Hij had ook steun van Nederlandse bedrijven: 19.000 dollar (vooral de PACs van Aegon en Shell). Het was de continuering van een trend. Boehners voorganger, de Texaan Tom DeLay („milieuambtenaren zijn de Gestapo van deze regering”) kon, tot zijn aftreden wegens corruptieverdenkingen in 2005, eveneens op Hollandse steun rekenen: 4.000 dollar (vooral van Shell-juristen).

In dezelfde periode kreeg de Democratische concurrent van deze Republikeinen, Nancy Pelosi, die nu voorzitter van

het Huis is, slechts 2.000 dollar uit Nederland (van het PAC van Arcadis). „De Republikeinen vroegen niet alleen steun, ze eisten ook dat je niets aan de Democraten gaf. Dat zie je hier terug”, zegt Wylcox.

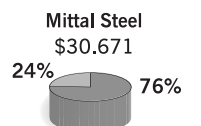
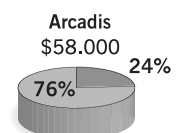
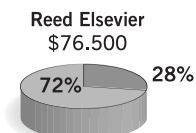
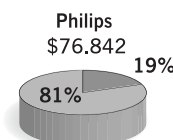
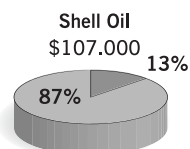
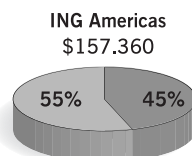
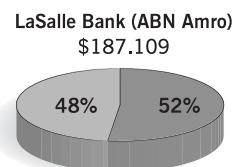
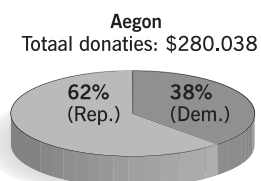
Ideologie speelt in de bedrijfsdonaties kortom nauwelijks een rol. Zo moet ook de Hollandse steun worden gezien aan zeer conservatieve senatoren als Santorum, Hatch en Inhofe (inzet). Het is Amerikaans om je van „eigenaardige ideeën” van kandidaten niets aan te trekken, zegt Wylcox. „Als je hem kan gebruiken geef je hem geld. De rest neem je voor lief.”

Nederlandse bedrijven in Amerika, zegt hij, volgen de verstandigste aanpak: vergeet de ideologie, volg de macht. „Daarom geven ze veel aan Hillary Clinton. Niemand zal dat hier zien als waardering voor haar programma. Bedrijven denken alleen: mogelijk wordt ze gekozen, dan is het handig als ik haar al gesteund heb.”

Donaties aan partijen

Hoeveel doneerden Nederlandse bedrijven via politieke actiecomités (PAC) aan Amerikaanse politici bij de Congresverkiezingen van 2006?

Republikeinen Democraten



NRCH 070407 / MJ / Bron: Center for Responsive Politics