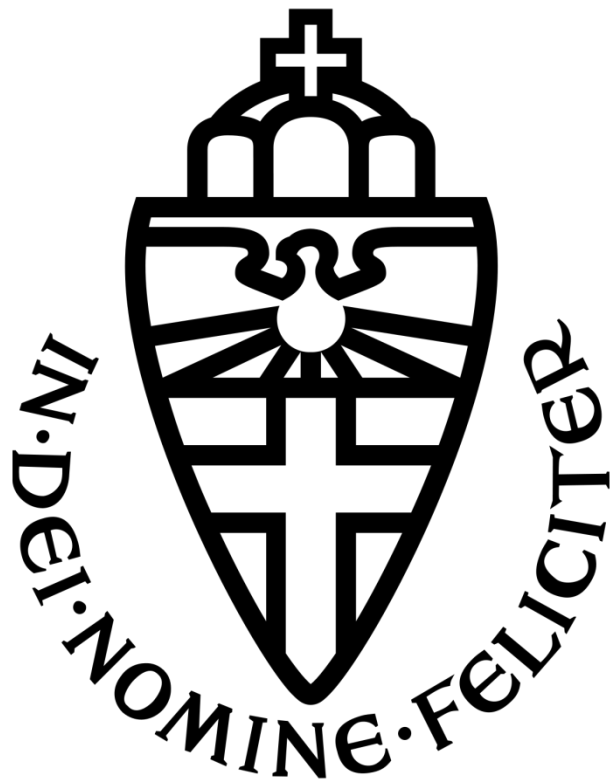


## **Master Thesis**

# **Legitimacy Struggles over Corporate Lobbyism: The discursive (de)legitimation of contested Corporate Political Activities and the alignment of political non-market strategies with the Corporate Political Responsibilities of MNCs**

*The case of the 2017 Dutch cabinet formation*



**Radboud University Nijmegen**

**Nijmegen School of Management**

**Jelte Pieksma**

s4205111

Supervisor: Dr. J. Luyckx  
Second examiner: Dr. P. Vaessen

**Business Administration ▪ Strategic Management**

## Preface

Writing this preface means that an intense period of research under the supervision of dr. Luyckx is near its end. This also means that the end of my studentship at the Nijmegen School of Management is nearby. I leave the School grateful and with the feeling that especially my master's specialization in Strategic Management helped me develop a strong foundation of useful theoretical and methodological knowledge that allows me to start a new chapter in life with great confidence. While I am ready for new opportunities and excited to move on, I look back on a meaningful period in my life.

At the start of the 2017 master's program, prof. dr. Van Kranenburg lectured us about the importance of (political) non-market strategies as an essential part of contemporary strategic management. Almost simultaneously, when in the fall of 2017 it was revealed that an extensive corporate lobby eventually had resulted in "sudden" tax reforms in the Netherlands, it became publically known that leading Dutch multinationals (e.g. Unilever and Shell) had successfully executed such a political non-market strategy during the 2017 Dutch cabinet formation. Although Unilever and Shell were –at first- pleased with the results, the public was left stunned. This marked the start of a highly mediatized dispute that evolved, besides the tax reforms itself, around corporate lobbyism (i.e. corporate political activities) and the "social license" of such powerful non-market instruments. During this time not only prof. dr. Van Kranenburg's lectures had my attention, but also the well documented societal outrage following the tax reforms intrigued me. When a few weeks later dr. Luyckx proposed a research topic that evolved around the legitimacy struggles over corporate lobbyism, the coincide of these events led to the formulation of the present research questions. The proposed discursive perspective of the study, to me a totally new qualitative research approach, made this also a challenging and exciting final project. When it appeared that non-market strategies (such as corporate lobbyism) were still understudied in this discursive stream, my enthusiasm for this type of legitimacy research grew only further. At the same time, I wondered how corporate lobbyism relates to CSR or –more precise- to the more recent theorization on corporate *political* responsibilities (CPR). I found elaborating on these corporate responsibilities, as important countermeasures against corporate influence, particular interesting. Therefore, I hope that this thesis can play a role in ending the paucity of knowledge around the discursive (de)legitimation of corporate political activities and increases our understanding of the legitimacy of corporate lobbyism in general. Thereby, I

hope to inspire others to increase our understanding of the related corporate *political* responsibilities that firms nowadays should acknowledge.

I would like to express my gratitude to some close to this research. First, I want to thank my supervisor dr. Luyckx for his useful and detailed feedback, supervision and our smooth collaboration. Moreover, I want to thank him for giving me the academic freedom that allowed me to conduct this research at my own pace. This allowed me to cover the entire lobby contest around the tax reforms that took place between 10 October 2017 and 18 October 2018. This also provided the opportunity to engage simultaneously in other exiting projects such as my research under supervision of the Radboud Honours Academy<sup>1</sup> that resulted in my first publication.<sup>2</sup> This also made it possible to engage in four student-internship programs and to finish law school.<sup>3</sup> I am thankful that although the current COVID-19 pandemic paused or delayed my last two internships, I was still able to complete them as envisioned. In that light, I also want to thank Remke Friesen (student adviser) for her help and quick response when answering related organizational questions. Also, I sincerely thank dr. Vaessen for his useful feedback in an earlier stage of this research and for being a second examiner during the defense meeting. I also want to use this opportunity to express my gratitude towards the fact that I grew up and was able to write this thesis in a country that has a long tradition of freedom of press. Using a discursive approach, I relied heavily on numerous mass media articles. Without journalists that are safeguarded from any governmental interference or censorship, this kind of research would not have been possible.

Furthermore, I would like to thank all my friends that I met during my time at the Radboud University for their support. I also would like to thank my parents and sister for their enduring support throughout my life. Finally, I would like to acknowledge the support of my late grandparents. Their encouraging words helped and motivated me tremendously.

Yours sincerely,

Jelte Pieksma

Wassenaar, October 2020

---

<sup>1</sup> See <https://theses.uibn.ru.nl/browse?value=Pieksma%2C+Jelte&type=>.

<sup>2</sup> See <https://bmcpalliatcare.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12904-019-0424-7>.

<sup>3</sup> Between 2018-2020 I was a student-intern at Hekkelman Advocaten & Notarissen (Nijmegen), Rabobank (Utrecht), NautaDutilh (Amsterdam) and De Brauw Blackstone Westbroek (Amsterdam) and a student at the Radboud University Faculty of Law, department of Corporate and Financial law.

## Abstract

Despite the central role of legitimacy in management research, little is known about the subtle meaning-making processes through which political non-market strategies, such as corporate lobbyism also known as corporate political activities (CPA), are discursively legitimated in contemporary society. In that light, this study adopts a *discursive perspective* on legitimacy and therefore introduces CPA to this discursive stream of legitimacy research. Based on a critical discourse analysis (CDA) of the extensive media coverage of a revelatory case (the aftermath of the 2017 Dutch cabinet formation) that evolved around contested corporate lobby patterns, I distinguished the following argumentation strategies that played a pivotal role in the discursive (de)legitimation of CPA: inverse legalistic *authorization*, legalistic legitimation attempts based on legalistic *authorization*, *rationalization* by referral to the classic or new lobby-premise, anti-capitalistic, nationalistic or humanistic *moralization*, corporate or political *discursive antagonism* and (dramatic) democratic or political *narrativization*.

While reflecting on these findings I argue, considering the strong overall disruption of CPA-legitimacy, that the use of this political non-market strategy often conflicts with an underexposed dimension of a firms' corporate social responsibility (CSR): the corporate *political* responsibility (CPR) of multinational corporations (MNCs). In order to overcome this, I advocate that this missing corporate-sociopolitical alignment between CPA and CPR can be restored by incorporating the input of a *corporate political responsibility-movement* into corporate practice. Thereby, I argue that CPA can't go without CPR and that CSR therefore can't go without CPR.

Considering the above, this study adds to our understanding of the discursive (de)legitimation of corporate lobbyism in particular and contributes to the research on discursive legitimation, CPA, CPR, and CSR more generally.

**Keywords** non-market strategizing ▪ corporate political activities ▪ lobbyism ▪ legitimacy ▪ discursive (de)legitimation ▪ critical discourse analysis ▪ corporate social responsibility ▪ social movement ▪ corporate political responsibility

## Table of Contents

<b>I. Introduction</b> .....	7
<b>I.I. Corporate Political Activities</b> .....	7
<b>I.II. Moving towards the discursive (de)legitimation of CPA</b> .....	8
<b>I.III. Corporate Political Responsibilities</b> .....	12
<b>I.IV. Problem statement</b> .....	14
<b>I.V. Research questions</b> .....	15
<b>I.VI. Relevance</b> .....	15
<b>I.VII. Outline of the study</b> .....	17
<b>II. Theoretical Background</b> .....	18
<b>II.I. CPA as political non-market strategy</b> .....	18
<b>II.II. Legitimacy</b> .....	20
<b>II.III. The strategic and institutional approach</b> .....	21
<b>II.IV. Three types of organizational legitimacy</b> .....	22
<b>II.V. Three streams of legitimacy research</b> .....	23
<b>II.VI. Legitimacy in CPA literature</b> .....	26
II.VI.I. CPA-legitimacy within the legitimacy-as-property stream .....	26
II.VI.II. Introducing CPA to the legitimacy-as-process stream .....	28
II.VI.III. A discursive perspective on CPA-legitimacy.....	30
<b>III. Methodology and Empirical Case</b> .....	34
<b>III.I. Discursive methodology</b> .....	34
<b>III.II. CPA in contemporary society: the 2017 Dutch cabinet formation</b> .....	37
III.II.I. Phase I .....	39
III.II.II. Phase II.....	39
III.II.III. Phase III.....	43
<b>III.III. Collecting articles and data segments</b> .....	43
III.III.I. Sampling articles.....	44
III.III.II. Sampling data segments .....	46
<b>III.IV. Analytic method</b> .....	49
III.IV.I. First stage of analysis.....	51
III.IV.II. Second stage of analysis.....	52
III.IV.III. Third stage of analysis .....	55
<b>III.V. Research ethics</b> .....	59

<b>IV. The Discursive Legitimation Strategies .....</b>	<b>60</b>
<b>IV.I. Moving towards discursive legitimation .....</b>	<b>60</b>
<b>IV.II. Findings: the discursive legitimation strategies .....</b>	<b>60</b>
IV.II.I. Authorization .....	61
IV.II.II. Rationalization .....	64
IV.II.III. Moralization .....	70
IV.II.IV. Discursive Antagonism .....	74
IV.II.V. Narrativization .....	77
<b>V. Discussion: reflecting on discursive (de)legitimation .....</b>	<b>82</b>
<b>V.I. Contributions to organization studies .....</b>	<b>82</b>
V.I.I. Contributions to discursive legitimation and legitimacy literature.....	82
V.I.II. Contributions to CPA literature.....	83
V.I.III. Contributions to literature on responsible corporate behavior.....	84
<b>V.II. Managerial implications .....</b>	<b>88</b>
<b>VI. Concluding Reflections .....</b>	<b>90</b>
<b>References .....</b>	<b>92</b>
<b>E-references: empirical case.....</b>	<b>105</b>
<b>References: examples used in chapter IV .....</b>	<b>108</b>
Appendix A: Extended Framework.....	111
Appendix B: Text fragments .....	113
Appendix C: Research integrity form .....	186
Appendix D: Consent form .....	187
Appendix E: Assessment Form for Master Thesis.....	189

**On private parties in the public policy debate:**

*“The proposal of any new law or regulation which comes from this order, ought always to be listened to with great precaution, and ought never to be adopted, till after having been long and carefully examined, not only with the most scrupulous, but with the most suspicious attention. It comes from an order of men, whose interest is never exactly the same with that of the public, who generally have an interest to deceive and even oppress the public, and who accordingly have, upon many occasions, both deceived and oppressed it.”*<sup>4</sup>

**- Adam Smith (1723-1790)**

---

<sup>4</sup> SOMO, p.15, 2013 (<https://www.somo.nl/nl/wp-content/uploads/sites/2/2013/12/Taking-Lobbying-Public.pdf>).

## I. Introduction

### I.I. Corporate Political Activities

Being involved in Corporate Political Activities (CPA) has become an increasingly important non-market strategy for multinational corporations (MNCs) (Lawton, McGuire, & Rajwani, 2013; Hillman, Keim, & Schuler, 2004; Hillman & Hitt, 1999).

*“I can do more for General Electric by spending more time in [Washington] D.C. and assisting in the development of responsible tax policy rather than I can by staying home and pricing refrigerators.”*

Reginald H. Jones, former CEO of General Electric (Birnbaum, 1993).

This growing corporate interest in political activities (Lux, Crook, and Leap, 2012) comes in a time that MNCs need to operate in rapidly changing and increasingly regulated market and non-market environments, where incumbents are not only confronted with new disrupting technologies but also with new legislation and regulating authorities (Ansari, Garud, & Kumaraswamy, 2016; Harris & McGrath, 2012; Taylor & Helfat, 2009). In order to survive, there is a rising awareness that firms also need to implement an *effective* non-market strategy that is complementary to the existing market strategies, aiming to leverage non-market advantages for economic or competitive gain (Voinea & Van Kranenburg, 2017; Hillman et al., 2004). In the firms’ non-market environment we find relationships between MNCs and other stakeholders that are not mediated by markets (Baron, 2006). Consequently, the relationship between MNCs and *governmental institutions* –as central non-market actors (Baron, 1995)- is characterized by power and authority, rather than by demand and supply (Bach & Allen, 2010). Therefore, corporate political activities (also known as corporate *lobbyism*) can be quite helpful within this corporate-political force field because it has the unique ability of attenuating this ordinarily hierarchical relationship between political and corporate forces (Bach & Allen, 2010). Because firms increasingly seek to secure favorable legislative conditions for their businesses (Lawton et al., 2013; Lux et al., 2012), resulting in a corporate attempt to lobby for one’s own interests or “to shape government policies in ways favourable to the firm” (Hillman et al., 2004, p. 837), CPA can therefore be seen as an increasingly important non-market strategy (Voinea & Van Kranenburg, 2018; Bitonti & Harris, 2017; Den Hond, Rehbein, De Bakker, & Kooijmans-van Lankveld, 2014). If we analyze the plethora of corporate expenditures on political activities, the rising importance of

CPA becomes also highly visible: focusing on General Electric (GE), we see that they quadrupled their lobbying budget from \$7.3 million in 1998 to \$39.3 million in 2010 (Lux et al., 2012). Apparently, GE increased their political activities or the price that had to be paid for corporate “*assistance*” went up, both at least indicating a rising eagerness for corporate influence on the governmental terrain.

This increased corporate awareness that an effective non-market strategy is a necessity to the firms’ survival (e.g. Voinea & Van Kranenburg, 2017) and the corresponding rise in corporate political activities (e.g. Lux et al., 2012) resulted also in a stream of new CPA literature (e.g. Puck, Lawton, & Mohr, 2018; Lawton et al., 2013; Singer, 2013; Doh, Lawton, & Rajwani, 2012). Organizational scholars focused, for example, on publically available data to identify the corporate political strategies major actors in the France dairy industry used to influence public (health) policies (Mialon & Mialon, 2018) or searched for the drivers, organizational implications and outcomes of CPA (Puck et al., 2018). Also the literature on the differences between western (American) and non-western (Chinese) corporate political activities (Gao, 2006) as well as studies on the integration of political actions in the firms’ global strategy (Cui, Wei Hu, Li, & Meyer, 2018) furthered our understanding of CPA. Thereby, organizational scholars that draw from a more cautiously stance towards CPA, furthered our understanding of the good, the bad and the ugly sides of CPA by informing us of the strategic risks (Scherer, Baumann-Pauly, & Schneider, 2013; Lux et al., 2012) or reputation effects this non-market strategy can bring to a firm (Den Hond et al., 2014).

### **I.II. Moving towards the discursive (de)legitimation of CPA**

Although corporate lobbyism has (historically) been a much debated and controversial corporate undertaking (Cairns & As-Saber, 2017; Wettstein, 2009) this interaction with governmental decision makers is at the same time often, interesting enough by organizational scholars, not seen as harmful as long as “the corporate political activities are embedded in the institutional structure of the democratic rule of law, so that corporate actions complies with legal rules and moral customs and is sufficiently controlled by democratically elected authorities and procedures” (Scherer et al., 2013, p. 475). Therefore, most traditional CPA scholars view political lobbyism as an, indeed, controversial but relatively unproblematic activity and accept it as a common phenomenon in western society (Den Hond et al., 2014). In other words, in organizational studies the use of CPA in the developed democratic world is generally considered to have a “*legitimate* and important role to play in the public policy

process” that eventually *benefits* society in its entirety, even if it is “not always a welcome reality in western politics” (Coen, 2007, p. 334; Den Hond et al, 2014).

However, in recent years concerns have rapidly increased whether MNCs are legitimately participation in the democratic decision making process in a way that this also *benefits* (Coen, 2007) society (Den Hond et al., 2014; Joos, 2011; Friedman, 1970) or that they use their role in the governmental decision making process *solely* for an opportunistic pursuit of self-interest (Néron, 2016). Especially when publications erupt, such as “Lobbycracy [*Lobbykratie*]: influence and laws for sale” (Ritzer & Balser, 2016) or “Shadow Sovereigns: How Global Corporations are Seizing Power” (George, 2015) and “Buying and selling the State [*Der gekaufte Staat*]: how corporate lobbyists in German ministries write their own laws” (Adamek & Otto, 2009), that suggest that this line is already deliberately crossed. Interestingly, this critical stance towards CPA, that now also concerns the ethical side of lobbying (Néron, 2016; Néron, 2010; Néron, 2008), is often not addressed by organizational scholars, but more by critical socio-political researcher (e.g. Bitonti & Harris, 2017; Néron, 2016; Ritzer & Balser, 2016; Harris & McGrath, 2012), in popular culture (e.g. George, 2015; Klein, 2015) or in mass media articles (e.g. “Storm of lobbyist” [*Sturm der Lobbyisten*], *Süddeutsche Zeitung*, 2014). Thereby, CPA is not approached as “just” a tool for non-market strategizing (e.g. Puck et al., 2018; Cui et al., 2018; Lux et al., 2012) but as a contested societal or ethical-political phenomenon (e.g. Néron, 2016; George, 2015). Therefore, through their illustrations of corporate opportunistic behavior, ethical or socio-political scholars and journalists showed the dark side of CPA that instigate the perception that political and corporate forces become uncommonly and undesirable close and that through CPA firms obtained too much power on the governmental terrain (Cairns & As-Saber, 2017; Aggerwal, Meschke, & Wang, 2012). The earlier as harmless perceived and *legitimate* interrelationship between the political and corporate world, as a symbol for modern open societal structures (EuropaNu, 2018; Joos, 2011; Joos & Waldenberger, 2004), becomes therefore -considering those negative connotations- questionable.

On the other hand, as mentioned earlier, in organizational studies the use of CPA is generally still considered to have a “*legitimate* and important role to play in the public policy process” (Coen, 2007, p. 334; Den Hond et al, 2014). This can be explanatory for the fact that despite the central role of legitimacy in traditional management studies (e.g. Suddaby Bitektine, & Haack, 2017; Suddaby & Greenwood, 2005; Deephouse, 1996; Suchman, 1995) and the pivotal role of legitimacy in the more recent *discursive* tradition (e.g. Joutsenvirta & Vaara, 2009; Vaara & Tienari, 2008), in the organizational context of CPA it has received

only limited theoretical attention (e.g. Den Hond et al., 2014; Scherer et al., 2013) or is only briefly mentioned (e.g. Favotto & Kollman, 2019). But when scholars address CPA related legitimacy struggles (e.g. Den Hond et al., 2014; Scherer et al., 2013; Elster, 1986) they seemed to be focused on theoretically solving its ‘‘legitimacy-defect’’. In doing so, legitimacy for CPA seems to be construed by means of the *democratic assumption* (Friedman, 1970). This assumption implies that when in western society firms engage in political activities, under the strict condition that they conform with the legal rules that are created and enforced by legitimate governments under democratic processes, CPA-legitimacy becomes ‘‘automatic’’ (Peter, 2004, p. 1; Scherer et al., 2013).

While considering the same research question as Suchman (1995) did more than two decades ago, *What is legitimacy?*, Suddaby et al. (2017, p. 451) distinguished three streams of legitimacy research (i.e. *the legitimacy-as-property stream, the legitimacy-as-process stream and the legitimacy-as-perception stream*) that I use in this thesis to label the existing work on CPA-legitimacy and to place the present study within a theoretical stream. Thereby, I argue that the aforementioned dominant view on CPA-legitimacy (e.g. Scherer et al., 2013; Peter, 2004) corresponds with the outlook on legitimacy as described within the *legitimacy-as-property* stream. Within this stream legitimacy is conceptualized as an asset or a thing that can be possessed (Suddaby et al., 2017). Thus, simply complying to the democratic rule of law (Peter, 2004) seems to entail that legitimacy for CPA -by means of the democratic assumption- can be ‘‘gained’’ and therefore as a competitive resource can be ‘‘possessed’’. Thereby, I see that legitimacy issues concerning corporate lobbying are frequently discussed in terms of legitimacy as gained *outcome*. However, the question remains how CPA-legitimacy outside this theoretical vacuum is maintained or disrupted. Therefore, I argue that we need to view CPA-legitimacy not as a (theoretically solved) state of equilibrium but as a concept that is subdued to (societal) negotiations, that is repeatedly build up and broken down and that the relevant unit of analysis is not legitimacy as outcome (i.e. possessed as competitive resource) but the ongoing societal and increasingly vocal *process* itself (see also the legitimacy-as-process stream as defined by Suddaby et al., 2017, p. 460).

However, it’s been argued that although we know quite well what legitimacy is (Suchman, 1995), there is a lack of knowledge concerning the *discursive processes*, practices and strategies used to construct senses of (il)legitimacy (Vaara, Tienari, and Laurila, 2006). According to Vaara et al. (2006) such knowledge is vital if we want to understand the complex, but often subtle meaning-making *processes* through which contested practices, for instance corporate lobbying, are legitimated in contemporary society. As a first step in this

direction, Palazzo & Scherer (2006, p. 71) proposed a fundamental shift “from an output and power orientated approach to an input and discursive concept of legitimacy”. Instead of considering legitimacy as a *property*, derived from Suchman’s (1995) strategic and institutional approach, we view legitimacy then as a *process* (i.e. legitimacy-as-process) where actors become dominant variables in explaining how (il)legitimacy is socially formed (Suddaby et al., 2017). By doing so legitimacy is “socially and argumentatively constructed by means of considering reasons to justify certain actions, practices, or institutions and is thus present in *discourses* between the corporations and their relevant publics” (Scherer & Palazzo, 2011, p. 916). Consequently, the starting point of this *discursive perspective* on legitimacy -a central body of research within the *legitimacy-as-process* stream- is that (de)legitimation takes place through the role of discourse and textual strategies (Maguire & Hardy, 2009; Vaara & Tienari, 2008): during the *social* construction of (il)legitimacy, discourses are providing the “frames” through which people make sense of particular issues or contested practices (Fairclough & Wodak, 1997; Fairclough, 1995a). Media texts are therefore in the discursive field essential. In their representation of the public agenda, media texts synthesize various aspects of the discursive struggles that are eventually essential for the elucidation of the used discursive legitimation strategies (Zhu & McKenna, 2012; Fairclough, 1995b; Van Dijk, 1990). In order to do so, this body of research draws from critical discourse analysis (CDA) (Fairclough, 2005). CDA helps to better understand the sociological aspects of legitimacy that stay hidden in the aforementioned “frames” and helps to translate these aspects into the used legitimation strategies (Fairclough, 1995a; Van Dijk, 1990). Therefore, the essential role of a critical discursive analysis is that it elucidates the specific ways in which (de)legitimation (i.e. legitimacy-as-process) in a textual context is carried out (Vaara, 2014). In other words, unique to a CDA-perspective is a focus on mass media articles that thereby provides the possibility to analyze the specific ways through which certain discourses are mobilized. By simultaneously focusing on the way these discourses create a sense of legitimacy or illegitimacy for a certain practice (Vaara & Tienari, 2008), the used discursive argumentation strategies behind Suchman’s (1995) static concept of legitimacy are elucidated (Fairclough, 2005; Van Dijk, 1998).

In the organizational context, scholars that draw from a CDA-perspective (i.e. legitimacy-as-process) are mostly focused on the social construction of sense of (il)legitimacy for controversial activities of MNCs. This has furthered our understanding of the discursive argumentation strategies through which senses of (il)legitimacy are constructed for those socially *contested* corporate practices. This body of research focused for example on the

legitimation of production shutdowns due to a corporate restructuring of an iconic Finnish manufacturer (Vaara et al., 2008), the discursive struggle around the (de)legitimation of the acquisition of an iconic Australian firm by a Chinese state-owned company (Zhu & McKenna, 2012), the discursive representation of corruption in the media after the Norwegian state-owned alcohol monopoly (*Vinmonopolet*) corruption scandal (Breit, 2011), the legitimacy struggles around a contested Finnish foreign direct investment (FDI) into a pulp mill project that led to an intense dispute between the Finnish, Uruguayan and Argentinean actors (Joutsenvirta & Vaara, 2009) and how rights and responsibilities are legitimized during these struggles (Joutsenvirta & Vaara, 2015). It also furthered our understanding on the used discursive legitimation strategies during the Eurozone crisis (Vaara, 2014), the legitimation of the oil industry after the *Deepwater Horizon*-case (Breeze, 2012) and focused on the discursive (de)legitimation with respect to the historic dimension of *MNCs* as contested actor itself (Luyckx & Janssens, 2016). Although this discursive turn on legitimacy (i.e. legitimacy-as-process) has only recently aroused scholarly interest after years of extensive research under the *property* or *perception* stream (Suddaby et al., 2017; Suchman, 1995), it is remarkable that corporate political activities, as one of the most controversial contemporary non-market strategies (e.g. George, 2015; Klein, 2015) lacks interest in this body of discursive legitimacy research.

Considering the above, I see that the aforementioned organizational studies, with the noticeable exception of Den Hond et al. (2014) and Scherer et al. (2013), completely neglected CPA-legitimacy nor view it specifically as a contested practice (e.g. George, 2015; Klein, 2015). Thereby, to my best knowledge, all organizational and discursive scholars failed to undertake an *in-depth* assessment of how corporate lobbyism is (discursively) (de)legitimized when actively, thus outside its theoretical vacuum, deployed in the political arena. Moreover, it is worrisome that -with the exception of Joutsenvirta & Vaara (2015) and Breit (2011)- discursive scholars are mostly focused on the discursive argumentation strategies through which senses of (il)legitimacy are constructed for *market* practices, in a time that *non-market* strategies play an increasingly important role in the firms' survival (Voinea & Van Kranenburg, 2018; Voinea & Van Kranenburg, 2017).

### **I.III. Corporate Political Responsibilities**

The fundamental assumption of organizational legitimacy is ‘‘the idea that in order to continue operating successfully, corporations must act within the bounds of what society identifies as socially acceptable behavior’’ (O’Donovan, 2002, p. 344). Since society has

certain expectations, legitimacy plays an important central role in the corporate social responsibility (CSR) literature (Joutsenvirta & Vaara, 2009; Wood, 1991). However, CSR is not only closely related to legitimacy but also to CPA (Puck et al., 2018; Den Hond et al., 2014) because CPA and CSR are both defined as relational activities, operating in the non-market sphere (Bonardi, Holburn, & Van den Bergh, 2006). Thereby, they are seen as partly interwoven but at the same time conflicting non-market strategies (Puck et al., 2018; Bonardi & Keim, 2005): increased corporate political activity and the rising power MNCs obtain via political non-market strategies can be vis-à-vis the societal perception of political-ethical or responsible corporate behavior. For example, as this study will highlight, when MNCs lobbying for tax cuts and threat to move headquarters if nations states are not willing to fulfill corporate wishes on desired tax reforms (i.e. CPA), while they are simultaneously participating in voluntary practice groups that are in favor for stricter environmental regulation (i.e. CSR) can be seen as illustrative for the conflicting nature of both strategies. All the more, as this study will also illustrate, one can argue if a firms' overall efforts related to its corporate social responsibility are *credible* if one engages in both practices simultaneously. Therefore, although the role of CSR in the discursive legitimation of contested practices is defined (e.g. Joutsenvirta & Vaara, 2015; Joutsenvirta & Vaara, 2009), the declining power of nation-states induced by CPA (Beck, 2000) and the corresponding transportation of that power to MNCs (Levy, 2008), should trigger new understandings about the role and *political* responsibilities of corporations. At least it should result in more societal and scholarly attention for the *political* responsibilities of MNCs, defined as corporate political responsibilities (CPR), an (as it appears) increasingly important but often overlooked and neglected dimension of (political) CSR (Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018). Instead, CPA and CSR are in management studies mostly viewed as separate practices for non-market strategizing (e.g. Puck et al., 2018; Lyon et al., 2018; Cui et al., 2018; Lux et al., 2012; Vogel, 2006).

Considering the above, notwithstanding the interest in the 'political turn' on CSR (Bitonti & Harris, 2017; Ritzer & Balser, 2016; Harris & McGrath, 2012; Scherer & Palazzo, 2007; Matten & Carne, 2005), it is worrisome and remarkable that the notion of focusing on the *political* responsibilities of corporations within the CPA debate has -with the notable exception of Lyon et al., (2018) and Néron (2016)- received very little scholarly and societal attention (Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018). Especially in a time where *corporate* responsibility plays an increasingly important role in society (Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Vogel, 2006) and in boardrooms (Forbes, 2019).

#### **I.IV. Problem statement**

Because of the fine line between what firms are legally allowed to undertake concerning political assistance and what simultaneously results in a violation of moral costumes (Scherer et al., 2013) or a breach with guiding business ethics (Bitektine & Song, 2018; Néron, 2016; Bitektine, 2011), the *automatic* legitimacy of CPA becomes more and more at stake. All in all, there is currently insufficient knowledge about the *discursive legitimacy struggles* around *contested corporate political activities* and how both fields of interest merge together in order to elucidate the discursive argumentation strategies through which senses of (il)legitimacy are constructed for corporate lobbyism. This leaves both constructs understudied. Furthermore, the increase of corporate political activities and related controversies demands an analysis of corporate responsibilities from a wider ethical socio-political perspective than the traditional corporate-societal view of CSR seems to do (Scherer & Palazzo, 2011): the *political* responsibilities of corporations -as a countermeasure towards the rising power of MNCs through CPA- should also be incorporated in the assessment of responsible corporate behavior. This is lack of scholarly interest regarding CPA-legitimacy and the interplay between corporate *political* responsibility and non-market political strategizing, results in a paucity of knowledge on how CPA as contested political non-market strategies is discursively (de)legitimized and how this strategy can be in alignment with the firms' corporate *political* responsibilities. Yet, those insights are vital if we want to understand the meaning-making process through which senses of CPA-legitimacy are created and are crucial for the emergence of a responsible socio-political orientated interplay between political non-market strategies and CPR, viewed as an increasingly important dimension of CSR.

In order to fill this paucity, the present study takes a discursive stance towards CPA. Following earlier work on similar legitimacy issues related to contested corporate activities (e.g. Luyckx & Janssens, 2016; Breit, 2011; Joutsenvirta & Vaara, 2009), I conducted a critical discourse analysis (CDA) on mass media articles that covered an illuminative case in order to advance our understanding on how legitimacy around corporate lobbyism is maintained or disrupted before, after and during a CPA controversy. More precise, to solve the aforementioned gaps, this study introduces CPA to the *legitimacy-as-process* stream and opts thereby for a *critical discursive approach* towards CPA-legitimation: a central research approach within the *legitimacy-as-process* stream. Since this approach draws from mass media articles, the present study also addresses and capture the neglected socio-political or ethical dimensions this increasingly used *non-market* strategy received earlier in socio-political studies or in popular culture and brings it into an organizational context.

In order to achieve the above, I used the aftermath of *the 2017 Dutch cabinet formation* as the central empirical case of this study. This revelatory case evolved around the sudden governmental tax reforms that no Dutch political party or legislative committee (publically known) desired prior to the 2017 elections, but which became a spearhead for the new cabinet. Shortly after this unforeseen tax cut, rumours started that leading Dutch MNCs (e.g. Unilever, Shell, and AkzoNobel) lobbied extensively in favour of these tax reforms. This resulted in an intense and widely mediatized dispute that eventually led to the Prime Ministers' revelations that –predominately during the formation- corporate pressure was exerted on key political figures to follow through with an approximately €1.9 billion dividend tax cut that should have kept leading Dutch MNCs headquartered in the Netherlands. This well documented revolutionary case portrays the contradictory and challenging interest of corporate and political forces and illustrates contested lobby practises in an unprecedented way. While reflecting on the discursive argumentation strategies that (de)legitimated those lobby attempts, the aftermath of the 2017 Dutch cabinet formation will also be used to elaborate further on the *political* responsibilities of MNCs.

#### **I.V. Research questions**

The foregoing lack of knowledge around the legitimation of corporate political activities and the political responsibilities of MNCs leads to the following research questions:

- *What are the discursive argumentation strategies, derived from their discursive ideological underpinnings, through which senses of (il)legitimacy are constructed for contested corporate political activities (CPA)?*
- *How can a socio-political alignment between this political non-market strategy and corporate social responsibility (CSR) be created?*

#### **I.VI. Relevance**

As mentioned, corporate political activities seems to be surrounded by controversy, public fury and heated debates. However, the rising awareness that firms need to implement an effective non-market strategy that is complementary to the existing market strategies (Voinea & Van Kranenburg, 2017; Hillman et al., 2004), makes corporate engagement in political activities likely to increase in the coming years (Lux et al., 2012). With this assumption as guiding principle, it becomes highly relevant (from a scientific and managerial point of view) to enhance our knowledge on how lobbying as contested non-market strategy is *discursively*

(de)legitimized in the *public debate* and to further our understanding of the socio-political implications the use of CPA has on contemporary society.

As a first step in into this direction, my analysis identified, derived from their discourse-ideological underpinning and based on Van Leeuwen's (2007) pioneering work, the following frequently used legitimation strategies that appeared to be imported strategies in the discursive (de)legitimation of corporate political activities: inverse legalistic *authorization*, legalistic legitimation attempts based on legalistic *authorization*, *rationalization* by referral to the classic or new lobby-premise, anti-capitalistic, nationalistic or humanistic *moralization*, corporate or political *discursive antagonism* and (dramatic) democratic or political *narrativization*. My analysis therefore contributes to critical discursive and legitimacy studies on CPA and *non-market* strategies in particular as well as on discursive legitimation in general. Thereby, I was also able to make specific extensions to Van Leeuwen's (2007) earlier work.

In a time that legitimation seems to takes place in multiple arenas that involves powerful antagonists and protagonists, the present study also adds knowledge to our understanding about the role of the media in the (de)legitimation of corporate political activities. In doing so, this study contributes to the particular knowledge concerning the use of CPA as political non-market strategy and to lobbying as organizational phenomena more generally. Thereby, my findings complement the research on the drivers and organizational implications of CPA (e.g. Puck et al., 2018) by elucidating the pivotal role legitimacy plays on the outcomes and results of CPA: the clear lack of CPA-legitimacy can have an adverse effect on the outcome of CPA because in the present study it eventually halted the intended tax reforms. This can also be used for strategic managerial purposes: because this study gives an indication on how CPA is delegitimized during a CPA controversy, managers can use these insights in new situations to counter some (de)legitimizing acts in advance. Thereby, the present study indicates that managers should also be aware that a disruption of CPA-legitimacy can not only harm this specific strategy but can also have a disrupting effect on the legitimacy for the firm itself.

Furthermore, besides an increased understanding of political non-market strategizing (Oliver & Holzinger, 2008), this study also shows that it becomes relevant to incorporate non-market ethics into corporate practice that can guide the legitimating process in the future (Néron, 2016): the empirical case (i.e. the sudden Dutch dividend cuts), its effect on the Dutch society and other critical publications (e.g. Néron, 2016; George, 2015; Klein, 2015) evidently shows that the foregoing can no longer go without a critical reflection on the

*political* responsibilities that corporations now unavoidable should have when engaging in CPA. I therefore advocate alongside Lyon et al. (2018) for an increased awareness of *corporate political responsibilities* (CPR) as an important dimension of CSR that should suppress the rising power of political strategies. This extension goes further than only the alignment of CPA and CSR for reputation purposes (Den Hond et al., 2014) but focuses on ethical and sustainable economical development in a world where MNCs find -by means of political non-market strategies- more ways of influence and where their *political* responsibilities seems to be underexposed in the traditional CSR (Scherer & Palazzo, 2011; Scherer & Palazzo, 2007; Matten & Crane, 2005) and CPA literature (Lawton et al., 2013; Doh et al., 2012). Considering my critical discursive analysis on the aforementioned CPA-controversy, I not only contribute to the literature on corporate “dark-behavior” (Cairns & As-Saber, 2017; Wettstein, 2009) but my focus on a *corporate political responsibility-movement* and its results also deliver managerial insights on a responsible use of political strategies as an *effective* and *sustainable* non-market tool (Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018). For example, complying to a CPR-movement can not only have a positive effect on corporate political sustainability, but also on the firms’ overall reputation and legitimacy (Georgallis, 2017). A socio-political alignment between CPA and corporate social responsibility (CSR) can therefore be created by incorporating the notion of CPR into political non-market strategizing. This means that CPA can’t no longer go without CPR and CSR therefore can’t go without CPR (Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018).

### **I.VII. Outline of the study**

The present study is structured as follows: chapter II will continue with a theoretical background on both *CPA* as political non-market strategy and *legitimacy* as central constructs of the study. Then, chapter III is devoted to the methodology, empirical context, data and method of my analysis. Chapter IV centered around the discursive legitimation strategies: the main findings of this study. In chapter V, I discuss and reflect on these findings and elaborate further on corporate *political* responsibilities. In chapter VI, I end this thesis with some concluding reflections on CPA and the limitations of the study.

## II. Theoretical Background

### II.I. CPA as political non-market strategy

As discussed, we see that there is a rising awareness that firms also need to implement an effective *non-market strategy* that is complementary to the existing *market strategies* in order to leverage non-market advantages for economic or competitive gain (Voinea & Van Kranenburg, 2017; Hillman et al., 2004). Concrete, we see that firms for example use investor relations and public relations to communicate with market partners such as consumers and suppliers through multi-channel *market strategies* (Bach & Allen, 2010), while the deliberate connectivity with important (political) actors in their non-market environment, as a reaction towards *institutional pressures* (Baron, 1995), results in complimentary non-market strategies (Doh, Lawton, Rajwani, & Paroutis 2014). As described by Oliver (1991), there are many strategic reactions towards institutional pressure and processes. According to Oliver (1991, p. 152) these reactions can be categorized into five broad types of strategic responses. While the strategies of *acquiescence*, *compromise*, *avoidance*, and *defiance* represents increasingly active levels of resistance towards “institutional demands and expectations” (Oliver, 1991, p. 157), Oliver (1991) describes that the strategy of *manipulation* is the most active response. Since corporate manipulations are intended to actively change or exert power over (political) institutional demands or expectations, *manipulation* can therefore be defined “as the purposeful and opportunistic attempt to co-opt, *influence*, or control institutional pressures and evaluations” (Oliver, 1991, p. 157).

This corporate pursuit of influencing institutional processes is most commonly defined as engaging in *lobbyism* (Scherer et al., 2013; Oliver, 1991): one of the central constructs of this study. According to Puck et al. (2018), these deliberate and purposeful corporate relations with political or regulatory actors are also frequently defined as engaging in *corporate political activities* (CPA). Thereby, scholars in this field use the terms “CPA” and “lobbyism” as synonyms (Puck et al. 2018; Seong-Jin, Nan, & Jiangyong, 2015). Therefore, through either CPA or lobbyism corporations try, instead of ignoring governmental decision making or regulatory attendance, to shape their non-market environment as favourable to the firm. Or as Joos (2011, p. 20) describes it: “lobbying [is that aspect of corporate communication that] focuses on *influencing* representatives, primarily in state institutions, from municipal to a national or European level [...] in order to shape legislation or its implementation and application in one’s own, individual interests”. More in-depth: corporate political activities are “directed solely at politicians and administrative authorities”, with the

‘purpose [...] to gain a definite and, as it were, almost measurable influence on specific political decisions’ (Joos, 2011, p. 17). Therefore, close *governmental relations* are also a form of lobbying (Joos, 2011). Joos (2011, p. 11) describes it as follows: ‘governmental relations frequently begin before the actual legislative decision and may in some cases contribute to the entire decision-making process’. An example of governmental relations can be found in (deeply) personal and long-term relations between politicians and CEO’s in which politicians are sensitive for the opinion of their (college) friends that (now) run leading MNCs (Burger, 2006). Another form of governmental relations resonates from the so-called revolving-doors in politics: the movement ‘between people in industry and government’ (Wallheimer, 2017) where we see that former politicians become important spokespersons for leading MNCs and use their (old) political relations in favor of -by their new employer desired- ‘business friendly’ legislation. In some cases thereafter they return to politics, see for example the *Jeffrey Shockey-case* in Burger, 2006.<sup>5</sup> An example of corporate lobbying that is in line with these definitions by Joos (2011) can be found in a professional, effective and ‘clean’ lobby (Burger, 2006) that results in for example important delays around ‘oppressive’ environmental legislation or results in ‘sudden’ tax reforms on a specific subject. In that light, the empirical case of the study that revolves around such a controversial ‘sudden’ dividend tax cut is therefore a perfect example of *corporate influence* and deep *governmental relations* since the corporate influence was highly manipulative and, indeed, quite measurable (see chapter III for more details of this case).

All in all, since lobbying is characterized for its deliberate contact with political or regulatory actors within the firms’ *non-market* environment -where we find relationships that are not mediated by markets (Baron, 2006)- lobbying is defined as a typical *political non-market strategy* (Voinea & Van Kranenburg, 2017; Joos, 2011). Although lobbying is a legal form of influencing governmental decision making, it seems that considering the public debate (see for examples paragraph I.II) and especially during the aftermath of recent CPA controversies (see the empirical case in chapter III) it becomes, however, arguable if it is still

---

<sup>5</sup> A more extreme form of governmental relations can be found in the more recently defined political non-market strategy of political CSR or PCSR (Shirodkar, Beddewela, & Richter, 2018). Through PCSR firms aspire to have long-term corporate influence, that even (partly) takes over traditional governmental roles and is designed to create a nation that depends on company specific efforts (Shirodkar et al., 2018; Frynas & Stephens, 2015). Through PCSR, firms *themselves* engage for example in the improvement of healthcare, (higher) education and social security (Matten & Crane, 2005). According to Scherer & Palazzo (2011, p. 900) this behavior goes ‘even beyond the widespread understanding of CSR as compliance with societal expectation’. Scholars are clear that PCSR is not based on humanitarian grounds, but on a pursuit to influence the democratic rule making process that is favorable to the firm (Shirodkar et al., 2018; Scherer & Palazzo, 2011).

perceived as *legitimate*. Therefore, this study continues with a further elaboration on the other central construct of the study, *legitimacy*, in order to discursively investigate the legitimacy of CPA in contemporary society.

## II.II. Legitimacy

The considerable amount of attention that is devoted to legitimacy (e.g. Suddaby et al., 2017; Deephouse, 1996; Kostova & Zaheer, 1995; Suchman, 1995; Ashforth & Gibbs, 1990) that nowadays is complimented with literature on the discursive (de)legitimation of contested corporate practices (e.g. Luyckx & Janssens, 2016; Joutsenvirta & Vaara, 2015; Vaara, 2014; Zhu & McKenna, 2012; Breeze, 2012; Breit, 2011; Erkama & Vaara, 2010; Joutsenvirta & Vaara, 2009; Vaara & Tienari, 2008) shows that legitimacy is a dominant construct in organizational studies. Thereby, legitimacy plays especially an important role in *institutional theory* (Suddaby et al., 2017; Scott, 2008) and *discursive studies* (Vaara & Tienari, 2008). Because of this pivotal role, its widespread use and its considerable amount of surplus meanings, legitimacy is also understood to be a confusing construct (Suddaby et al., 2017; Suchman, 1995). This chapter will therefore aim to bring some clarity to the meaning of legitimacy, while simultaneously pinpointing the position of this study within traditional and contemporary legitimacy literature. In order to do so, I review and group the relevant studies in a framework that forms an extended version of Suddaby's et al. (2017, p. 453) summation table (see figure 1 and 2, as well as Appendix A). As a starting point, the following definition will be used in order to define legitimacy: "legitimacy is a generalized perception or assumption that actions of an entity are desirable, proper or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions" (Suchman, 1995, p. 574).

According to Suchman (1995, p. 574) organizations seek legitimacy for many reasons which "depends on the objectives against which these efforts are measured." One main objective is the firms' survival, or as Suchman (1995) formulates: the firms' *continuity*. Besides continuity, the *pursuing of credibility* is also one of these many objectives (Suchman, 1995). Legitimacy or a sense of "social acceptability bestowed upon a set of activities or actors" (Washington & Zajac, 2005, p. 284) is therefore a key issue for organizations in general because a presumed right to *exist* or *behave* is essential for the continuation and credibility of a firm (Suddaby & Greenwood, 2005). Apart from objectives, Suchman (1995) also distinguished two main approaches to legitimacy: the strategic and institutional approach. I continue in the next paragraph with a specification of both of them.

### **II.III. The strategic and institutional approach**

According to Suchman (1995), the literature on organizational legitimacy can be divided between two approaches: a *strategic* and *institutional* approach (Elsbach, 1994; Oliver, 1991). The strategic approach sees legitimacy as an operational resource that organizations “extract” in a competitive playing field from their cultural environment and that they gain in order to achieve their corporate goals (Suchman, 1995). We see that strategic-legitimacy researchers (e.g. Ashforth & Gibbs, 1990; Pfeffer, 1981; Dowling & Pfeffer, 1975) determine that managers have a high level of managerial control over the legitimating process with a focus on “tangible and real outcomes” that can be found in sales results, profits or budget allocation. Legitimacy can therefore be “owned or possessed” (Pfeffer, 1981, p. 5). According to Suchman (1995), the legitimating process within the strategic approach, can therefore be defined as highly calculated and purposive.

In contrast, the institutional approach, defines legitimacy not as an “operational resource, but as a set of constitutive beliefs” (Suchman, 1995, p. 576). And although this approach contradicts the view that legitimacy can be simply “extracted” from the environment, it believes that external forces, such as institutional pressures in the firms’ environment, play an essential role in the construction of organizational legitimacy (Meyer & Rowan, 1991; Zucker, 1987; DiMaggio & Powell, 1983). Researcher on institutional theory (Green & Li, 2011; Zucker, 1977) also emphasize the close relationship between “legitimation, the process in which an organization justifies its actions by showing that they conform to accepted standards, and institutionalization, the process in which a practice becomes accepted, taken for granted and (...) no longer questioned” (Hossfeld, 2018, p. 9). According to Suchman (1995), *legitimation* and *institutionalization* can therefore be seen as virtually the same practices. Consequently, within the institutional approach, cultural definitions play an important role in how the organization is built, how it is run and how it is eventually evaluated. These cultural definitions are created by multiple social actors that together form a cultural belief system. We also see that the role of the individual manager is significantly downplayed in comparison to the strategic approach. This is due to the fact that “rather than examining the strategic legitimation efforts of specific focal organizations, institutionalists tend to emphasize the collective structuration of entire fields or sectors of organizational life” (Suchman, 1995, p. 576).

In summation, we see that, according to Suchman (1995, p. 577), strategic theorists adopt a viewpoint of organizational managers looking “out”, whereas institutional theorists adapt the viewpoint of society looking “in”. However, according to Suchman (1995), we

must acknowledge that organizations simultaneously face *strategic* operational challenges and *institutional* pressures. Therefore, it is important to rather incorporate this duality into a larger picture than to strictly retain this distinction (Suchman, 1995). Consequently, as we are about to discover in the next paragraph, the three types of organizational legitimacy that Suchman (1995) distinguished are related to both approaches. In other words, they take a middle course between the strategic and the institutional orientation. Nevertheless, as we will see in paragraph IV, there is a clear view which approach matches more with a particular type of organizational legitimacy. These differences have real implications (Suddaby et al., 2017): it often determines which outlook on legitimacy is used in research and which is neglected (see paragraph VI.I). But first, I will continue with the three types of organizational legitimacy as distinguished by Suchman (1995).

#### **II.IV. Three types of organizational legitimacy**

According to Suchman (1995), three broad types of legitimacy can be distinguished that capture the duality of the strategic and institutional approach. These three types are *pragmatic legitimacy*, *moral legitimacy* and *cognitive legitimacy*.

I) *Pragmatic legitimacy* focuses on the calculation, made by an organization, about the firms' most immediate audience and their handled values. This immediacy between organization and audience, results often in a direct exchange of values: the firm delivers a product or implements a practice that is in accordance with the pragmatic values of its audience. Consequently, according to Suchman (1995) and Wood (1991) pragmatic legitimacy boils down to a sort of exchange legitimacy: support for the firms' actions are based on perceptions or values from a particular audience, regarding a specific action, which the firm executed in line with those assumed pragmatic beliefs.

II) *Moral legitimacy* reflects on the normative evaluation of the organization and its activities (Aldrich & Fiol, 1994). In contrast to pragmatic legitimacy, moral legitimacy focuses on what is the right thing to do instead of relying on calculated judgments. According to Suchman (1995, p. 578): "these [moral] judgments, in turn, usually reflect beliefs about whether the activity effectively promotes societal welfare, as defined by the audience's socially constructed value system". Instead of relying on more pragmatic beliefs, moral legitimacy draws therefore upon intrinsic values that executives use to convince the "firms' stakeholders and the general public of the ethical acceptability of (...) activities or projects" (Melé & Armengou, 2016, p. 729). Moral legitimacy provides in doing so, according to Melé & Armengou (2016), also ethical support for the firms' social license to operate (SLO). Similar

to pragmatic legitimacy, moral legitimacy will therefore be constantly questioned or challenged since it “run counter to the interests or moral perceptions of an organization’s stakeholders” (Hossfeld, 2018, p. 9). Thus, (discursive) argumentation strategies are used to constantly (re)create a sense of pragmatic or moral legitimacy (Hudson, 2008).

*III) Cognitive legitimacy* is about the portrayal of the social world as a chaotic cognitive environment (Aldrich & Fiol, 1994.). In this world, participants struggle to understand experiences and try to arrange them into understandable accounts. This process led to the sociocognitive construction of legitimacy (Suchman, 1995). Cognitive legitimacy focuses mainly on the availability of cultural models that offer possible explanations for corporate existence (Suchman, 1995). Importantly, to provide cognitive legitimacy, a firm must be aware of a larger belief system that consists of the experienced reality, perception, *knowledge* and judgments of its audience (DiMaggio & Powell, 1991) because in order “to provide [cognitive] legitimacy an action must match both with larger belief systems *and* with the experienced reality of the audience daily life” (Suchman, 1995, p. 582). When this is done, the firm or its practices remains unchallenged. Therefore, cognitive legitimacy results in a taken-for-granted (Green, 2004; Suchman, 1995) form of legitimacy: when the firms’ activities match with both a larger belief system *and* with the experienced reality of its relevant audience, the audience will no longer express any questions concerning the legitimacy of the firm or the firms’ activities (Aldrich & Fiol, 1994). According to Hossfeld (2018, p. 9), firms or corporate practices “are then also institutionalized” because they are no longer questioned: further (discursive) arguments become redundant.

## **II.V. Three streams of legitimacy research**

Considering the time passed since Suchman (1995) reviewed the large literature on legitimacy, it’s important for the present study to also incorporate more recent reviews on organizational legitimacy such as Suddaby’s et al. (2017) contribution. Answering the same research question as Suchman did more than two decades ago, *What is legitimacy?*, Suddaby et al. (2017, p. 451) distinguished thereby three distinct streams of legitimacy research: *the legitimacy-as-property stream*, *the legitimacy-as-process stream* and *the legitimacy-as-perception stream*. As we about to discover, these streams play an important role in placing and guiding the present study within organizational legitimacy research.

I) *The legitimacy-as-property stream* characterizes legitimacy as a property, an asset or a resource of an entity that can be “possessed in a measurable quantity” (Suddaby et al., 2017, p. 453) and leads to a competitive advantage. By conceptualizing legitimacy as a property, it

comes inevitable that it can be gained or lost. Consequently, this motivated researchers “to adopt the broad project of trying to delineate the elements or characteristics that constitute legitimacy” (Suddaby et al., 2017, p. 453) in order to gain or prevent the loss of legitimacy by adopting “legitimate structures, practices and symbols” (Suddaby et al., 2017, p. 455; Suchman, 1995; Aldrich & Fiol, 1994). According to Suddaby et al. (2017, pp. 453-454) the distinction between the *strategic* and *institutional* approach as well as Suchman’s (1995) *pragmatic legitimacy*, *moral legitimacy*, and *cognitive legitimacy* are part of the legitimacy-as-property stream. Because, according Suddaby et al. (2017, pp. 453-454), rather than focusing on legitimacy as an interactive social *process*, the outlook on legitimacy as a *property* and the focus on *gaining* legitimacy as a competitive advantage is –even in moral or cognitive legitimacy- dominant in Suchman’s (1995) typologies. However, important to emphasize -and highly relevant for the present study- is that I will argue that the characteristics of Suchman’s (1995) different approaches and organizational types of legitimacy are not only visible in the *legitimacy-as-property* stream but are also noticeable in the *legitimacy-as-process* literature (see figure 2 and the extended summation table in Appendix A). In the next paragraph, I will therefore elaborate further on this finding and its relevance for the present study. In the next paragraph, I also elaborate further on how legitimacy is addressed in the current CPA literature. This will be illustrative on how I review CPA-legitimacy and its position within these streams of legitimacy research.

II) In contrast to the property-stream, the *legitimacy-as-process stream* describes and views legitimacy as an interactive social process. Within this view “legitimation” characterizes the meaning better than “legitimacy” since it focuses entirely “on the different *processes* used to construct and maintain it” (Suddaby et al., 2017, p. 459). This social construction of legitimacy or, indeed, legitimation takes place in our social reality through constant interaction and language use (Nielsen & Rao, 1987). Therefore, instead of viewing legitimacy as a static theoretical concept or in terms of “gained” and “lost”, this streams focuses on the processes through which legitimation truly -within a larger social framework- occurs (Berger, Ridgeway, Fisek, & Norman, 1998). Therefore, legitimacy is not assumed to be a stable condition, but rather viewed as an active social phenomenon that is continuously “negotiated” (Suddaby et al., 2017, p. 459). Consequently, legitimacy is not a state of equilibrium but is repeatedly build up and broken down. The unit of analysis within the legitimacy-as-process literature is therefore not the outcome of this process (i.e. legitimacy as a competitive advantage) as it is within the legitimacy-as-property streams, but focuses on the ongoing meaning-making processes that *construe* legitimation (Suddaby et al., 2017, pp. 459-

462). Therefore, according to Suddaby et al. (2017), an important stream of research within the legitimacy-as-process stream focuses on the *discursive (de)legitimation* of contested corporate practices (Hiatt, Sine, & Tolbert, 2009): “the departing point for these studies is usually a state where legitimacy of an entity is unquestioned, and then, through a series of events, social processes, and individual actions, not only the legitimacy is destroyed, but also some level of illegitimacy [...] is socially constructed” (Suddaby et al., 2017, p. 459). Because researcher related to this stream, share the assumption that this process is actively negotiated (Suddaby et al., 2017), they use the concept of *discourse* while focusing on this, in fact, discursive process of (de)legitimation. As we are about to discover in paragraph II.VI.II, the present study also draws from such a *discursive perspective* because I also use a critical discursive approach concerning the discursive (de)legitimation of a contested corporate practice: CPA. Therefore, this study can be placed within the legitimacy-as-process stream. In the next paragraph, I elaborate further on the reasons behind the positioning of the study within this stream of legitimacy research.

III) Finally, the *legitimacy-as-perception stream* understands legitimacy as a sociocognitive construction: “legitimacy-as-perception research focuses on the role of individuals in the process of the social construction of legitimacy. Individuals are the ones who perceive organizations, render judgments about their legitimacy, and act upon these judgments, and eventually producing macro-level effects” (Suddaby et al., 2017, p. 463). We see that within this view legitimacy occurs between individual and collective actors through perceptions under the influence of collective judgments (Suddaby et al., 2017). Because this study adopts a discursive stance, I will only briefly elaborate further on this stream in chapter VI.

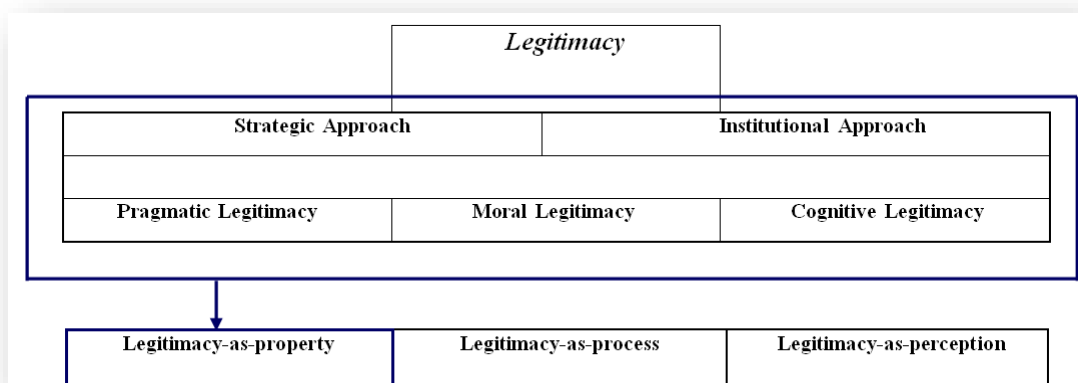


Figure 1.

## II.VI. Legitimacy in CPA literature

Now that the three guiding streams of legitimacy research are distinguished, all with different meanings and focus points, it becomes possible to evaluate and match them to the existing literature on CPA-legitimacy. Although legitimacy has received a considerable amount of attention in traditional management studies (e.g. Suddaby et al., 2017; Deephouse, 1996; Suchman, 1995; Kostova & Zaheer, 1995; Ashforth & Gibbs, 1990) and plays a pivotal role in the more recent discursive tradition (e.g. Joutsenvirta & Vaara, 2015; Vaara, 2014; Zhu & McKenna, 2012; Breeze, 2012), in the empirical context of CPA it has received only limited theoretical attention (e.g. Den Hond et al., 2014; Scherer et al., 2013) or is only briefly mentioned (e.g. Favotto & Kollman, 2019). Moreover, CPA-legitimation is in the discursive stream completely neglected, leaving CPA within the *legitimacy-as-process* stream understudied. Thereby, I structure in the next paragraph the (scarce) existing literature on CPA-legitimacy under the *legitimacy-as-property* stream. In order to gain more insights regarding the (discursive) legitimation of contested corporate political activities, I propose a change of perspective from the *legitimacy-as-property* to the *legitimacy-as-process* stream in order to create new and more insightful literature on CPA-legitimacy (see figure 2).<sup>6</sup> Therefore, as paragraph II.VI.III will highlight, the present study compliments the discursive tradition –as a central body of research within the *legitimacy-as-process* stream- by obtaining a discursive perspective on contested corporate political activities.

### II.VI.I. CPA-legitimacy within the legitimacy-as-property stream

As Scherer et al. (2013, p. 479) points out, CPA has an inseparable negative relation with legitimacy, because “corporations and their managers lack the legitimacy of democratically elected state representatives [when they] influence public policy or take over state-like functions and commit themselves to the resolution of public issues”. This inherent lack of legitimacy regarding lobbying exists because when corporations take over “state-like” roles, they not only affect the ones who deliberately engage with the firm but it also effect the general public (Elster, 1986). However, to restore this “legitimacy-defect”, legitimacy for CPA seems to be construed by means of the *democratic assumption* (Friedman, 1970).<sup>7</sup> This assumption implies that the influence of corporate forces within the democratic decision

---

<sup>6</sup> In this study, the shift in focus from the legitimacy-as-property stream to the legitimacy-as-process stream (i.e. a discursive perspective) plays a central role. The legitimacy-as-perception stream is therefore in the empirical context of CPA still underexposed. See chapter VI for a further elaboration on this matter.

<sup>7</sup> In its essence, this also encloses Néron’s (2016, p. 717) more recent *normative presumption* as basis for CPA-legitimacy.

making process is not problematic, as long as these corporate political activities are “embedded in the institutional structure of the democratic rule of law, so that corporate [political] actions complies with legal rules [...] and is sufficiently controlled by democratically elected authorities and procedures” (Scherer et al., 2013, p. 475; Friedman, 1970). Democracy is thereby seen as “a self-organizing community of free and equal citizens” (Habermas, 1996, p.7) and is considered a precondition for the legitimacy of governmental institutions and the lawfulness of the rules that are implemented by them. The democratic assumption therefore seems to provide legitimacy for corporate political activities because “as long as businesses confirm with the legal rules created and enforced by legitimate governments, [corporate actions] derive their legitimacy from the democratic processes, which legitimate these legal rules” (Scherer et al., 2013, p. 475). Then and only then the legitimacy for corporate political activities becomes “*automatic*” (Peter, 2004, p.1). Therefore, in order to overcome legitimacy struggles, the democratic assumption seems in traditional CPA literature the answer to “fix” legitimacy issues related to CPA (Scherer et al., 2013; Peter, 2004).

In my opinion, this seemingly dominant view towards CPA-legitimacy (i.e. Scherer et al., 2013; Peter, 2004; Friedman, 1970) corresponds with the outlook on legitimacy as described within the *legitimacy-as-property* stream. Within this stream, legitimacy is conceptualized as an asset or a thing that can be gained or possessed (Suddaby et al., 2017). Drawing from the strategic approach (Suchman, 1995), legitimacy can then also be owned, lost or compensated for (Suddaby et al., 2017; Scherer et al., 2013; Suchman, 1995). This motivated researchers “to adopt the broad project of trying to delineate the elements or characteristic that constitute legitimacy” (Suddaby et al., 2017, p. 453) in order to gain or prevent the loss of legitimacy by adopting “legitimate structures, practices and symbols” (Suddaby et al., 2017, p. 455; Suchman, 1995; Aldrich & Fiol, 1994). Thus, simply complying to the democratic rule of law regarding CPA (Peter, 2004) or the emplacement of adequate democratic compensation (Scherer et al., 2013), seems to entail that legitimacy for CPA by means of *the democratic assumption* can be “gained” and therefore as a competitive resource can be “possessed”. More precise, I see that this immediacy between a firms’ strategy, its audience and their handled values -in fact- boils down to a sort of exchange legitimacy: support for the firms’ actions are based on democratic rules enacted and accepted by a particular audience, which the firm executed in line with those assumed pragmatic believes. This is in line with Suchman’s (1995) typology of pragmatic legitimacy. Thereby, managers will have a high level of control over this process that can therefore be defined as highly calculated and

purposive. This corresponds with Suchman's (1995) strategic approach, whereby managers adopts the viewpoint of looking 'out'.

In other words, I argue that legitimacy issues related to corporate lobbyism are frequently discussed in terms of legitimacy as gained *outcome* that has a lot in common with the approach of Suchman's (1995) typologies towards legitimacy within the *legitimacy-as-property* stream.<sup>8</sup> Therefore, I place in this study CPA research that draws from the democratic assumption<sup>9</sup> in order to possess CPA-legitimacy (i.e. Scherer et al., 2013; Peter, 2004) under the *legitimacy-as-property* stream as distinguished by Suddaby et al. (2017). Within this stream, all legitimacy struggles around CPA are then (at least) *theoretically* solved since legitimacy for corporate political activities is gained by complying to the democratic assumption. However, the question remains how legitimacy outside this theoretical vacuum is maintained or disrupted. Therefore, I argue that we need to view CPA-legitimacy not as a (theoretically solved) state of equilibrium but as a concept that is subdued to negotiations, that is repeatedly build up and broken down and that the relevant unit of analysis is not legitimacy as *outcome* (i.e. possessed as competitive resource) but the ongoing *process of (de)legitimation* itself (see also Suddaby et al., 2017, p. 460). For that reason, this chapter continues with the introduction of CPA to the *legitimacy-as-process* stream.

### II.VI.II. Introducing CPA to the legitimacy-as-process stream

The *legitimacy-as-process* stream focuses not on legitimacy as a possession or competitive resource "but rather on the different processes used to construct and maintain it" (Suddaby et al., 2017, p. 459). These processes capture the discursive argumentation strategies through which senses of (il)legitimacy are composed. Therefore we see that an important stream of legitimacy research, the discursive tradition (e.g. Luyckx & Janssens, 2016; Joutsenvirta & Vaara, 2015; Vaara, 2014; Zhu & McKenna, 2012; Breeze, 2012; Breit, 2011; Joutsenvirta & Vaara, 2009; Vaara & Tienari, 2008), is placed by Suddaby et al. (2017, p. 460) within the *legitimacy-as-process* stream. This body of research enriched our understanding of the used discursive argumentation strategies that played a pivotal role in the societal (de)legitimation of contested practices (Hiatt et al., 2009). Since CPA-legitimacy appeared to be neglected within this stream and CPA research within the *legitimacy-as-property* streams not foresees

---

<sup>8</sup> Please note that CPA-legitimacy issues are also not addressed from an institutional approach towards legitimacy or in terms of moral legitimacy or cognitive legitimacy. This leaves CPA also within the property-stream understudied. However, in paragraph VI.II, I partly try to solve this paucity when I incorporate the institutional approach and moral legitimacy within the process-stream.

<sup>9</sup> That also includes the theoretical *associationist argument*, *madisonian argument* and *extensionist argument* as part of Néron's (2016, pp. 717-718) normative presumption.

an answer on this matter outside a theoretical vacuum, the introduction of CPA to the *legitimacy-as-process* streams is therefore essential to gain insights on which discursive argumentation strategies are used to (de)legitimize contested corporate lobbyism in contemporary society. Thereby, continuing to maintain the democratic assumption will theoretically “fix” CPA-legitimacy, it will however also prevent use from understanding how CPA is (de)legitimated in real life cases. Moreover, I consider it highly questionable if a theoretical assumed approach towards CPA-legitimacy is nowadays still applicable: although it remains understudied how corporate political involvement is perceived on the European continent, Pusey (2010, p. 136) argues that “several studies consistently show that [...] 82 percent of Australians were unhappy with what they perceived to be the excessive power of big business” in national affairs. Introducing CPA to the *legitimacy-as-process* stream is therefore necessary.

Although Suchman’s (1995) institutional approach is understood to be part of the *legitimacy-as-property* stream (as labeled by Suddaby et al, 2017, pp. 453-454), I argue that certain characteristics of the institutional approach are also useful to keep in mind when introducing CPA into the *legitimacy-as-process* stream (see also figure 2). As established earlier, the institutional approach uses social actors on field level with a perspective on society looking “in”, instead of managers looking “out” as essential part of the legitimation process. When losing its original focus on legitimacy as a *possessed* property and centralizing the process of *gaining* (il)legitimacy, I argue that the use of social actors -whereby society dives into or looks inside corporate behavior- is also needed to broaden our understanding of the (de)legitimation of CPA. So instead of focusing on managers that match their corporate political actions with (new) lobby regulation and thereby react (theoretically) successfully to the perceived legitimacy gap (i.e. the strategic approach), it’s time to incorporate increasingly vocal social actors into the legitimacy discussion around CPA. Doing so will open the way for a *discursive* analysis on the (de)legitimation of CPA (Phillips, Lawrence, & Hardy, 2004).

Taking Hossfeld (2018) and the proposed ‘communicative framework’ by Palazzo & Scherer (2006) into account, they seems to rejected (even) in the *legitimacy-as-property* stream the use of *pragmatic* and *cognitive legitimacy*. They argue that “pragmatic legitimacy is too weak due to its limited (group-specific) and ephemeral impact and (...) cognitive legitimacy is devaluated through pluralization” (Palazzo & Scherer, 2006, p. 74), whereby cognitive legitimacy is also characterized by the absence of (discursive) argumentations due to its “taken-for-grantedness” (Hossfeld, 2018, p. 9). Therefore, they argue that ‘*moral legitimacy* becomes the decisive source [or tool] for societal acceptance’ (Palazzo & Scherer,

2006, p. 74). I argue that when leaving its original focus of owning legitimacy as a property (Suddaby et al., 2017), moral legitimacy is -based on the same argumentation- also highly suitable to keep in mind during the legitimation process in discursive research: the insights captured in social constructed value systems upheld by evaluative social actors are also necessary to broaden our understanding of the *process* of CPA (de)legitimation. Without the presence of those evaluative social actors, insights in the legitimation process itself would be impossible. Therefore, I argue that moral legitimacy not only should be key focus point within the property stream but also within the *legitimacy-as-process* stream (see figure 2).

All in all, I argue that certain aspects of Suchman’s (1995) institutional approach and typology of moral legitimacy, that were previously seen as purely assimilated in the *legitimacy-as-property* stream (see Suddaby et al, 2017, p. 453), are also useful and relevant when assessing CPA-legitimacy within the *legitimacy-as-process* stream. Together with the characteristics of the *legitimacy-as-process* stream itself, this change in perspective on CPA-legitimacy opens the way for a contemporary CPA research that focuses on *discursive (de)legitimation*: a notable research tradition within the process stream (e.g. Joutsenvirta & Vaara, 2015; Vaara, 2014; Zhu & McKenna, 2012; Breeze, 2012). In the next paragraph, I will elaborate further on this *discursive perspective* on CPA-legitimacy (see figure 2).

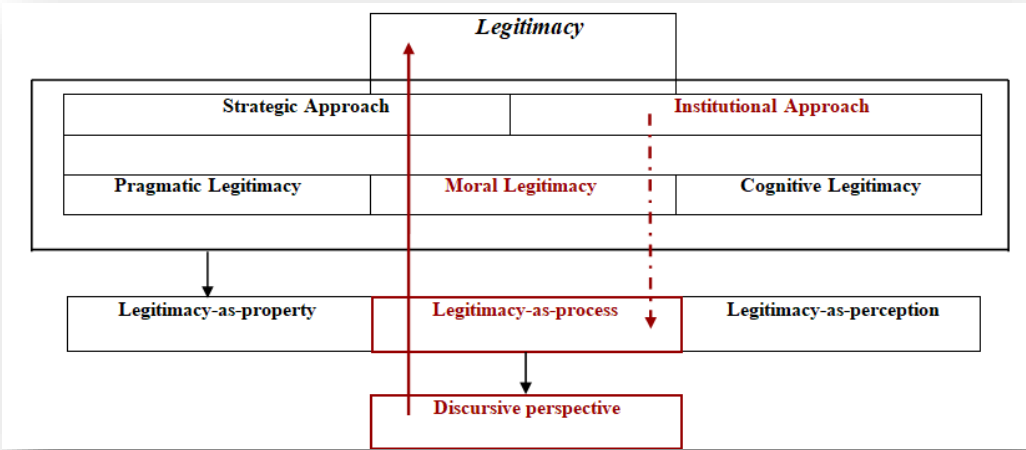


Figure 2.

II.VI.III. A discursive perspective on CPA-legitimacy

When adopting a discursive perspective on organizational legitimacy, the focus lies on the ‘*processual*’ understanding of legitimacy as an outcome of a continuous *social* and *discursive*

contest” (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 87). Therefore, discursive research also draws from the notion that senses of legitimacy are created in relation to specific *discourses* (Vaara & Tienari, 2004), whereby “discourses provide the frames through which people make sense of particular issues and give sense to them” (Vaara & Tienari, 2008, p. 987; Fairclough & Wodak, 1997; Fairclough, 1995b). These frames have important implications: “on the one hand, the available discourses greatly constrain specific actors when making sense of and giving sense to particular actions. In fact, particular discourses enable only certain kinds of subject positions or warrant voice for particular concerns. On the other hand, actors can [in turn] also purposely position themselves vis-à-vis specific discourses or mobilize particular discourses for their own advantages” (Vaara & Tienari, 2008, p. 987). Therefore, a discursive perspective is open to complex *discursive* dynamics between social actors (Fairclough, 2003, 2005). This unavoidable places this -in fact- discursive (de)legitimation process in a particular social context (Vaara & Tienari, 2008). Therefore, different from more traditional strategic theorists that focus on a specific issue that needs to be legitimated by the firm itself (through organizational managers that looking “out”), a discursive perspective emphasizes that the legitimation of particular corporate behavior (e.g. CPA) involves the society as a whole (Van Dijk, 1998; Rojo & Van Dijk, 1997) or society looking “in”. Following a discursive perspective, it means that company specific legitimacy crises (e.g. contested acquisitions, production shutdowns, FDI or CPA) are viewed as (de)legitimizing incidents that all “deal with important [societal] questions concerning established social practices and institutions, as well as the power relations of the [social] actors involved” (Vaara & Tienari, 2008, p. 986). For example, the public discussion in the aftermath of an acquisition of a state-owned Norwegian bank by a foreign investor was not only about the legitimation of the acquisitions itself, but was also about the broader societal question regarding foreign ownership in a (traditionally) national controlled sector (Tienari, Vaara, & Björkman, 2003). Therefore a discursive perspective is, instead of being based on theoretical understandings or another “thin concept of legitimacy”, “sensitive to the facts that societal norms and values, as well as the boundaries of socially acceptable corporate behavior, are culturally and historically bound” (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 87) and that legitimacy therefore is subjected to social contest and change.

Considering the above, the starting point of a discursive approach to legitimacy is the notion that senses of legitimacy are created by social actors in relation to specific discourses (Vaara & Tienari, 2008). These discourses form the “discursive resources” that are mobilized to create a sense of legitimacy or illegitimacy (Fairclough, 2003, pp. 98-100).

Legitimation draws, thus, on the use of specific discourses that are used in a social contest and are produced by the social actor involved (Vaara, 2014). According to Van Dijk (1998), these discourses are therefore inevitably *ideologically* laden. This ideological imprint becomes visible in, for example, pro-globalization discourses since they tend to, according to Bourdieu & Wacquant (2001), reproduce neo-liberal or global capitalist ideologies. In turn, nationalistic discourses are set out ‘‘of discourses based on the nationalist ideology’’ (Vaara, 2014, p. 503; Anderson, 1983). This means that specific controversies around contested corporate actions, like CPA, are also seen as ideological struggles (Fairclough, 2006). In that light, legitimation through the use of discourses necessarily involves the ‘‘reproduction of ideologies’’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 987). By focusing on how ‘‘ideologies are reproduced by social actor for the purpose of (de)legitimation’’ (Luyckx & Janssens, 2020, p. 131), Luyckx & Janssens (2020) even highlight the importance of the used ideologies *themselves* as discursive resources in the (de)legitimation process. Van Dijk (1998, p. 255) even state that: ‘‘legitimation is one of the main social functions of ideologies’’. Therefore, discursive scholars see that legitimation in the context of corporate behavior exists of complex discursive ideological dynamics ‘‘where specific discourses and ideologies provide alternative and often competing ways to legitimate or delegitimize particular actions’’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 987; Vaara & Tienari, 2004). Therefore, legitimacy research that opts for a discursive perspective should also be able to name the ideologically underpinnings of contested corporate action (Vaara & Tienari, 2008). However, instead of viewing the ideological underpinnings of discourses not in relationship to each other, thus for example neo-liberal ideologies separately from radical humanism, according to Vaara (2014, p. 503), ‘‘it may actually be the interdiscursive combinations of these discourses and ideologies that are most interesting in terms of understanding the discursive and ideological underpinnings of legitimation in specific settings’’. Therefore, ‘‘legitimation around controversial [...] projects entails complex interdiscursive dynamics where specific discourses and ideologies prove alternative ways to legitimate or de-legitimize particular actions’’ (Joutsenvirta & Vaara, 2015, p. 744). Since discourses provide the basis for legitimation (Fairclough, 2003), the identification of key discourses is an important aim of any discursive perspective. However, since we established that discourses cannot be seen separately from their ideological underpinnings since they are ideological laden (Van Dijk, 1998), this study continues with a focus on discourses as the ‘‘discourse-ideological bases’’ (Vaara, 2014, p. 505) of (de)legitimation.

In summation, the present study focuses on the interactive socio-political process whereby social evaluators construct, through the use of discourse, a sense of (il)legitimacy for

corporate political activities. Hereby, I place the legitimation of CPA “in to the communicative network of *public debate* and argue that legitimacy should be considered less as something to be engineered, manipulated, bought or intimidated by organizations and more as a result of communication where the societal limits [...] are continuously defined and redefined” (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 87). This is a fundamental shift “from an output and power oriented approach [within the *legitimacy-as-property* stream] to an input related and discursive concept of legitimacy [within the *legitimacy-as-process* stream]” (Palazzo & Scherer, 2006, p. 71). In doing so, the present study has the ultimate aim to elucidate out of those communicative patterns, viewed as ideological underpinned discourses, the actual (strategic) ways through which specific discourses are used “in actual practice” for legitimation, delegitimation or re-legitimation purposes regarding CPA (Vaara et al., 2006, p. 797; Vaara, 2014). Therefore, in its essence, I use a discursive perspective to understand the specific discursive ways through which the legitimation process for CPA is “carried out” (Vaara & Tienari, 2008, p. 987). These specific discursive ways are conceptualized in terms of the used micro-level *discursive (de)legitimation or argumentation strategies* (Vaara & Tienari, 2008)<sup>10</sup>, whereby these legitimation strategies represent the specific ways on how specific discourses (i.e. the frames) or discursive resources are mobilized -in a case specific context- to create specific senses of legitimacy or illegitimacy (see Fairclough, 2003, pp. 98-100). Therefore “rather than attempting to understand through which policies and actions firms try to [theoretically] establish or maintain their legitimacy regarding [CPA], [I] seek to investigate through which discursive strategies various actors construct a sense of (il)legitimacy” (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 88) regarding corporate political activities. This also moves away from “established senses of legitimacy to ongoing discursive struggles for *legitimation* and, thus, increase our understanding of the micro-level (...) dynamics” of these societal processes regarding CPA (Vaara & Tienari, 2008, p. 988). In order to elucidate those complex socio-political discursive dynamics, I will provide in the next chapter a methodological basis that is suitable for accommodating such an analysis as well as a CPA related case in order to increase our understanding of the used discursive (de)legitimation strategies therein.

---

<sup>10</sup> As Luyckx & Janssens (2020) highlights, a discursive perspective can also be used to examine the role of ideologies in the (de)legitimation process. This showed “that ideologically laden contents reproduced in (de)legitimizing statements are as relevant for understanding processes of (de)legitimation as the micro-textual argumentative strategies that are employed” (Luyckx & Janssens, 2020, p. 131). However, this study continuous with a specific focus on micro-textual argumentation strategies in order to understand the (de)legitimation process.

### III. Methodology and Empirical Case

#### III.I. Discursive methodology

The central aim of the present study is to find the discursive argumentation or (de)legitimation strategies through which a sense of legitimacy is established or de-established for contested corporate political activities (i.e. *legitimacy-as-process*). Performing a *critical discursive analysis* (CDA) is a much used and recommended methodology to achieve this (Fairclough, 2003; Wodak & Meyer, 2001). Thereby, ‘existing CDA-orientated work on legitimation has elucidated the crucial role of discursive practices and strategies in legitimation’ (Vaara, 2014, p. 503). Therefore, the primary aim of CDA is to capture and examine the specific discourse-ideological bases through which legitimation is carried out. Hereby, CDA adopts a critical stance towards the language used in *media texts* (Vaara & Tienari, 2008; Vaara & Tienari, 2004) because textual criticism expressed by social actors -as an act of delegitimation- and the defensive responses to this critique –as acts of (re)legitimation- ‘are largely discursive and hence in need of detailed discursive analysis’ (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 88; Rojo & Van Dijk, 1997). In doing so, Vaara & Tienari (2008, p. 986) state that CDA scholars ‘have made significant advances in the linguistic analysis of micro-level discursive strategies used to legitimate controversial actions’ (see also Van Leeuwen & Wodak, 1999). Therefore, CDA became –considering the many contributions of the Finnish School<sup>11</sup>- an ‘established cross-disciplinary approach’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 986). CDA engages, thus, in a ‘close reading of specific texts’ (Vaara, 2014, p. 504) in order to find the discursive (de)legitimation strategies that create a sense of legitimacy or illegitimacy (Vaara & Tienari, 2008; Fairclough, 2003). Therefore, instead of focusing on the policies and actions through which firms try to (theoretically) establish CPA-legitimacy (i.e. *legitimacy-as-property*), I use this methodology to investigate through which discursive *processes*, captured in argumentation strategies, *social actors* construct a sense of (il)legitimacy for corporate political activities (Joutsenvirta & Vaara, 2009).

Conform this discursive approach, CDA scholars see discourses therefore ‘as linguistically mediated representations of the world’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 986). As a consequence, they underline the importance of *mass media articles* as ‘concrete instances of discourse use’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 986; Fairclough, 2005, 2003) because through the critical discursive analysis of ‘the micro-level linguistic elements therein’ (Vaara & Tienari,

---

<sup>11</sup> The Finnish school, as distinguished by Zhu & McKenna (2012, pp. 528-530), entails important work within the discursive tradition. Noticeable contributions are: Joutsenvirta & Vaara (2015); Breit (2011); Joutsenvirta & Vaara (2009); Vaara & Tienari (2008) and Vaara et al. (2006).

2008, p. 986) the specific ways of how discursive resources are mobilized becomes clear. This process will eventually elucidate the used (de)legitimation strategies (Vaara & Tienari, 2008). Because of this micro-level approach, CDA is not only sensitive to the more obvious legitimation attempts, but also for the more subtle or even implicit discursive elements that ‘‘establish or resist legitimacy’’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 988). All in all, a discursive approach to legitimacy understands that language is without doubt the most important ‘‘vehicle’’ for legitimization attempts (Van Leeuwen, 2007, p. 91). Therefore, from a CDA perspective ‘‘media text are key to legitimation in the sense that in their definition of the public agenda they synthesize various aspects of the discursive and ideological struggles’’ (Joutsenvirta & Vaara, 2015, p. 745; Fairclough, 1995a; Van Dijk, 1990).

Subsequently, Van Leeuwen (2007) created, based on Van Leeuwen & Wodak (1999), a framework called ‘‘*the grammar of legitimation*’’. This framework aims based on ‘‘the specific ways of how discursive resources are mobilized’’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 987) to distinguish the legitimation strategies that are used in (media) texts for legitimation, delegitimation or re-legitimation purposes (see Van Leeuwen, 2007, p. 92; Vaara et al., 2006). In Van Leeuwen’s (2007) original framework there are four broad types of discursive (de)legitimizing strategies that ‘‘are all realized by specific linguistic resources and configurations of linguistic resources’’ (Van Leeuwen, 2007, p. 92). The four legitimizing strategies are *Authorization*, *Rationalization*, *Moral evaluation*, and *Mythopoesis* (Vaara & Tienari, 2008; Van Leeuwen, 2007). *Authorization* is defined by Van Leeuwen (2007) as legitimation by reference to an authority that legitimizes certain behaviour. Such an authority can be the authority of tradition, custom, law or can be a person in which some kind of institutional authority is vested. *Rationalization* is legitimation by reference to the utility of specific actions based on knowledge claims that are accepted in a given context as relevant. *Moral evaluation* is legitimation by reference to specific value systems that provide the moral basis for legitimation and *Mythopoesis* is legitimation through narratives. This framework is frequently (partly or in full) used in recent discursive studies that focus on the legitimation of contested corporate behaviour (e.g. Luyckx & Janssens, 2016; Zhu & McKenna, 2012; Breit, 2011; Joutsenvirta & Vaara, 2009). Although, the *grammar of legitimation* is in its original form much used in discursive approaches, deviating (new) context specific discursive argumentation strategies are in discursive studies also not uncommon. See for example Zhu & McKenna (2012, pp. 535-538) who presented an overview of the many (slightly) deviating discursive argumentation strategies used in recent corporate (de)legitimation attempts. In this light, Vaara (2014, p. 503) points out regarding Van Leeuwen’s framework that: ‘‘these [four]

main types involve a number of sub-types and are often connected. Thus, to understand the specific dynamics of legitimation in particular contexts [such as corporate lobbyism], it is important to focus on the typical patterns and characteristic of these discursive strategies in [such a] context'. In other words, because of case specific and contextual differences there is a variety of discursive legitimation strategies possible that are used for legitimation, delegitimation or re-legitimation purposes that *complements* Van Leeuwen's (2007) original grammar of legitimation. Against this background, Joutsenvirta (2013, p. 466) made an interesting contribution to Van Leeuwen's framework by distinguishing new subcategories to Van Leeuwen's (2007) legitimation strategies of rationalization (i.e. neoliberal rationalization and pragmatic rationalization) and moralization (i.e. proportional moralization, virtue moralization and universal moralization). Also Vaara (2014, p. 506) made in his contribution interesting *case specific alterations* to the original framework. As we are about to discover, the present study also uses Van Leeuwen's (2007) framework as a starting point while elucidating the used (de)legitimation strategies. However, in order to match with and correctly describe the case specific and contextual characteristic of the distinguished legitimation strategies used during the discursive (de)legitimation of CPA, alterations in the wording of Van Leeuwen's (2007) original framework were, indeed, necessary.

Just like many scholars that draw from CDA when addressing *discursive* legitimation, the present study also uses mass media articles around a *specific* revelatory case in order to elucidate how legitimacy for a contested corporate practice is disrupted or maintained (see for example the contributions of the Finnish School).<sup>12</sup> I was able to follow this approach because corporate lobbyism became -after years of relatively little attention- in the aftermath of the 2017 Dutch cabinet formation a highly contested and mediatized corporate undertaking. This showed that 'corporations are [indeed] more than ever before embedded in open public debates which have become an increasingly important legitimating arena for them'(Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 89). Therefore, in order to elucidate how the (de)legitimation of CPA took place, *the case of the 2017 cabinet formation* will be used as the empirical case of the study.

---

<sup>12</sup> Work under the Finnish school, as distinguished by Zhu & McKenna (2012, pp. 528-530): Joutsenvirta & Vaara (2015) and Joutsenvirta & Vaara (2009), for example, used the Botnia/Fray Bentos case for the discursive (de)legitimation of a contested Finnish Greenfield investment (FDI) in Latin America in order to better understand the ways to which legitimacy for Corporate Social Responsibility (CSR) is constructed. Breit (2011) used the corruption case around the Norwegian alcohol monopoly to unravel the discursive processes that took place in the media after a corruption scandal. Vaara & Tienari (2008) used the mass layoffs at a Wärtsilä Group division (marine engines) in the city of Turku (Finland) to unfold the discursive (de)legitimation of corporate restructuring.

All in all, I use a critical discursive approach because through the examination of mass media articles this allowed me to be able to elucidate “the discourses mobilized and the strategies used” (Vaara & Tienari, 2008, p. 988) concerning the (de)legitimation processes of CPA during the aforementioned contest. More precise, I use this case in order to increase our understanding of the micro-level discursive processes that capture the socio-political and ideological aspects concerning the discursive (de)legitimation of corporate lobbyism. In the next paragraph, I will elaborate further on CPA in contemporary society and the events leading up to my choice of the *2017 cabinet formation* as empirical case and I discuss the empirical case in more detail. Thereafter, in paragraph III.III, I will elaborate further on the data collection of the present study.

### **III.II. CPA in contemporary society: the 2017 Dutch cabinet formation**

Corporate lobbyism or the *assistance of corporate parties* within the political sphere, as Reginald H. Jones -former CEO of General Electric- describes it (Birnbaum, 1993), is in contemporary society a “controversial” but undeniable reality (Coen, 2007) and in many forms present (Lux et al., 2012). Whereas some corporate lobby attempts only become visible through the notion of increased lobby budgets (Lux et al., 2012) or stay -especially in the case of PCSR- completely hidden, others become the centre of societal outrage (Coen, 2007). An example of the latter can be found in the growing fears in the United States about the increased abilities of firms to influence the political process, due to the United States Supreme Court’s decisions to deregulate campaign funding (Torres-Spelliscy, 2011).<sup>13</sup> However, the interference of corporate parties in political processes becomes not only visible during domestic disputes, but also transcends to supranational levels. For example, the TTIP negotiations between the US and EU brought also in an unrivalled stream of corporate “assistants” [*Sturm der Lobbyisten*] to the negotiations (Süddeutsche Zeitung, 2014).<sup>14</sup> The negative press around the negotiations was therefore not only related on the content of the treaty itself, but was also evoked by the notion that corporate parties were able to (seemly

---

<sup>13</sup> Due to the corporate funding of PACs -often in return for favorable legislation- it has unquestionable influence on democratic processes like general elections, therefore Den Hond et al. (2014) considers this a form of CPA.

<sup>14</sup> The Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) is a proposed trade agreement between the EU and the US. It intends to promote trade and mutual economic growth between the two largest economies in the world. Negotiations started in July 2013 and continued in 14 separate rounds between 2013 and 2016. Negotiations were halted by President Trump, however in July 2018 talks resumed. Throughout the years, the classified TTIP negotiations were haunted by controversy, mainly caused through leaked content. Those leaked parts of the agreement evoked strong anti-globalist and global capitalistic discourses, that resulted in protests by nearly every round of negotiation (Süddeutsche Zeitung, 2014).

easily) influence its outcome. The Guardian (2013) headlined for example: ‘*this transatlantic trade deal is a full-frontal assault on democracy*’ and Die Zeit (2014) spoke of a ‘*free pass*’ [*Freifartschein*] for lobbyists. However, those CPA controversies have one significant downside: although corporate influence is undeniable, the corporate interference itself took primarily place in the shadows (Joos, 2011). Consequently, case specific *concrete information* about lobby practises that illustrate the exerted pressure by MNCs on a certain matter, are in the abovementioned cases scarce or still underexposed. In the case of PCSR, this is mostly due to the fact that it primarily takes place in emerging economies (Shirodkar et al., 2018) where strong journalistic interference is –sadly enough- still in its infancy. In other cases -for example around campaign funding or TTIP- it is, however, still mostly unknown what corporate parties *precisely* wanted, who they are, and if democratic decision makers granted or to what extent neglected corporate wishes. Although not vital, such information would enrich a discursive research into CPA tremendously.

Nonetheless, I found a recent case related to contested corporate political activities that shades an unprecedented clarity. Instead of the usual invisibility, this case gives a revelatory insight on how corporate parties influenced governmental decision making on the highest level. This case, earlier introduced as *the aftermath of the 2017 Dutch cabinet formation*, serves therefore as the central empirical case in this study. This case is particular illuminative because all the actions and reactions around the emerged CPA controversy –from corporate to political- are well documented and published. Not only it is irrefutably clear what the corporate parties wanted, it is also undeniable that during the 2017 Dutch cabinet formation all the corporate wishes were fulfilled regarding one specific contest: dividend tax reforms. For an extended period of time, this case was highly mediatized. This resulted in numerous mass media articles, which makes this case particularly eligible for a critical discourse analyses (Vaara et al., 2006). In the next sub-paragraphs, I give a detailed coverage of the events leading up to and the aftermath of the controversial 2017 Dutch cabinet formation. Hereby, I chronological divided the contest into three distinct phases. The starting point of each phase is determined at the start of a specific event that relates to the contest. For *phase I*, this is the start of CPA related legislative initiatives, including the co-called ‘*lobby-paragraph*’, that frequently come up before and after the lobby behind the dividend tax cuts became public. *Phase II* starts when the dividend tax cuts became public and *Phase III* begins when the lobby patterns behind the reforms were confirmed and could be openly debated.

### III.II.I. Phase I: January 2012 —————> 9 October 2017

As of 2012, some politicians (e.g. Lea Bouwmeester and Astrid Oosenburg) started to raise awareness for corporate lobbyism. In doing so, they focused mainly on the lack of transparency around assumed lobby practises within and nearby the Dutch parliament. The majority of the related news articles in this phase therefore consisted of the coverage of an imposed law that aimed to make it more transparent which (corporate) party requested or demanded certain legislation. The idea was that a ‘‘lobby-paragraph’’ that reveal such details should be added to every passed law (NOS, 2015). However, prior to the 2017 elections, corporate lobbyism was rarely a topic in Dutch society. The necessity of the lobby-paragraph was in a time without lobby controversies therefore not convincing: the imposed law suffered from a lack of momentum (FTM, 2016). However, this was about to change drastically.

### III.II.II. Phase II: 10 October 2017 —————> 15 October 2018

Despite that, prior to the 2017 Dutch elections, no political party or legislative committee in the Netherlands had the publically known desire to reform dividend tax legislation, nor was it part of any official political agenda, after the 2017 cabinet formation on 10 October 2017, it occurs that it was suddenly the main part of new governmental tax reforms (Trouw, 2018). The reforms left the Dutch electorate –on both sides of the political spectrum- astonished (De Volkskrant, 2017). These unforeseen tax cuts are beneficial for Dutch public companies that are headquartered in the Netherlands and listed on the Amsterdam Stock Exchange (AEX), that divide profit among *foreign* shareholders (i.e. dividend).<sup>15</sup> Those shareholders are no longer obligated to pay dividend taxes and will therefore have a higher dividend payout.<sup>16</sup> This (most likely) will also result in a higher stock price, that results in an ‘‘economic safeguard’’ against hostile takeovers.<sup>17</sup> Immediately after the presentation of the ‘‘coalition agreement’’<sup>18</sup> -that included the contested dividend tax reform- and the installation of the new cabinet (Rutte III) on 26 October 2017, critical questions were asked by the (left-wing and far-right) opposition and the media (NOS, 2017). In parliament, many debates were held that revolved around two main questions: the reasoning behind the reforms and the origin of the dividend tax cuts. Although the Prime-Minister (Mark Rutte), the Finance Minister (Wopke Hoekstra) and the Finance State Secretary (then Menno Snel) tried to defend the tax cuts, the

---

<sup>15</sup> For Dutch shareholders/investors it was already possible to deduct dividend taxes from their income taxes.

<sup>16</sup> See (in Dutch) Wet op de dividendbelasting 1965 via <https://wetten.overheid.nl/BWBR0002515/2020-01-01>.

<sup>17</sup> See for a more detailed explanation (in Dutch) <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2019-4908.html> or [https://nl.wikipedia.org/wiki/Wet\\_op\\_de\\_dividendbelasting\\_1965](https://nl.wikipedia.org/wiki/Wet_op_de_dividendbelasting_1965).

<sup>18</sup> In Dutch: regeerakkoord.

opposition found their argumentation ‘‘weak’’ and ‘‘irrational’’ (Nu.nl, 2017). This aversion towards the tax reforms were based on the fact that although the argumentation that dividend tax cuts improve the business climate, since they can entice MNCs to stay headquartered in the Netherlands or relocate (post-Brexit) to the Netherlands, any scientific underpinning for that statement was missing. The annual €1.4 billion in dividend taxes that no longer will be collected, was therefore branded as just another gift for MNCs from this centre-right cabinet (NOS, 2017). The Finance Minister agreed that *‘‘there is no economic or scientific proof that these cuts are eventually beneficial, which makes our defence insatiable and therefore even more complex, but sometimes we have to make decisions without concrete information’’* (Nu.nl, 2017). The (then) Finance State Secretary added: *‘‘no one here has the killing argument why we do this’’* (Nu.nl, 2017). The questions regarding the origin of the plan, since it was rather strange that because of the presumed necessity of the cuts that none of the political parties said something about it during their campaigns, was only briefly answered by the Finance Minister: *‘‘we came to this realisation during the formation of this cabinet’’* (Nu.nl, 2017). However, shortly after the first debates in parliament, strong rumours started that Shell, Unilever, and AkzoNobel – all leading Dutch MNCs- lobbied during the cabinet formation in favour of the contested dividend tax cuts (NOS, 2017). This led to strong reactions in parliament and the media: a resistance movement was born.

At this stage of the dispute, between November 2017 and March 2018, the opposition and all media outlets made the origin of the dividend tax reforms their top priority. Meanwhile, the Prime Minister kept defending the reforms by referring to the *assumed* improvement of the business climate. Despite the suspicion that this was not the main reason, the Prime Minister stayed silent about coercive talks with leading Dutch MNCs during the formation. Other governmental officials even denied that Shell or Unilever pushed for tax reforms (Trouw, 2018). In reaction to these statements, the opposition demanded official documents to verify these claims (NRC, 2018). However, the Prime Minister denied the existence of such documents. Later, he rephrased and stated that he did not *‘‘recall the existence of such memo’s’’* but if they exist, they must be withheld from publication (NRC, 2018). Because it oddly appeared that there were no formal documents publically available about a €1.4 billion tax cut, this increased the protest –in parliament and the media- even more. The dispute was now covered under *‘‘a fog of vagueness’’* that gave the least cause to believe that there was no corporate pressure exerted (Trouw, 2018): the resistance movement gained more persistence.

In order to elucidate the reasoning behind and the origin of the sudden tax reforms, two *Wob*-request were submitted.<sup>19</sup> One on 16 November 2017 by scientists from the University of Amsterdam (FTM, 2018) and another on 11 January 2018 by SOMO, that followed on a similar request in 2016 (SOMO, 2018). SOMO describes described itself as ‘‘a critical, independent, and not-for-profit knowledge centre on multinationals’’ (see also: <https://www.somo.nl/about-somo/>). The first request had the intention to clarify if there were any official documents available regarding dividend tax cuts - dated from the cabinet formation- since the PM did not foresaw in a conclusive answer. Although this request was denied due to the classification of the documents, the formal rejection *itself* confirmed there were indeed memo’s available (NRC, 2018a). Later, the PM –now under extreme public scrutiny- had to apologize for the confusion. To breach the lack of trust he decided to publish the requested memo’s (NRC, 2018a). The second request aimed to map the presumed (dividend) tax lobby by MNCs on a wider timeframe. In this case, none of the requested documents were classified as state secrets. Therefore, SOMO received all (sometimes even confidential) documents regarding dividend taxes between 2004-2017 (SOMO, 2018). As the next section will reveal, both *Wob*-requests played a pivotal role in lifting the fog and shed an unprecedented clarity on this, indeed, CPA controversy.

The first request revealed that shortly prior to the elections, Shell exerted pressure on political parties to pick up dividend tax reforms in their 2017 elections programs and continued to express their wishes during the cabinet formation (NRC, 2018a). Without tax reforms, Shell threatened that the Netherlands- instead of London- would never will be Shell’s headquarter again (De Volkskrant, 2018a). With similar threats, Unilever CEO Paul Polman met a political confidant of the PM<sup>20</sup> -yet again- during the formation (NRC, 2018a). Because of the second request, it became publically known that between 2005 and 2017 the same leading Dutch MNCs had discussed dividend taxes with governmental officials on different occasions, but without giving the strong intent that they wished that they would be erased immediately (SOMO, 2018). At least, both *Wob*-requests made clear that behind the ‘‘sudden’’ dividend tax reforms a professional, and structural *corporate lobby* was hidden. Meanwhile, the resistance movement vehemently disapproved the tax reforms. Predominately, the public outrage was aimed towards the revealed corporate political

---

<sup>19</sup> *Wob*-request: request for access to government information according to a process based on the Dutch Open Government Act that aims for transparency regarding governmental decisions by providing all the relevant governmental files available on a subject (if not classified as a state secret). In Dutch: Wet Openbaarheid van Bestuur.

<sup>20</sup> Eric Wiebes, since 26 October 2017 the Dutch Minister of Economic affairs and Climate.

activities that eventually had led to the reforms (De Volkskrant, 2018b). Therefore, the widespread societal and political consensus was that cabinet members had gifted MNCs a package worth of €1,4 billion in tax cuts, only to *please* corporate parties and their shareholders without (scientific) proof that this led to a stronger economy or business climate (NRC, 2018b). The resistance movement –that by now also included more rightwing media– reached towards its peak.

Almost a year after the presentation of the coalition agreement, the official state opening of parliament during Prince's Day<sup>21</sup> on 18 September 2018 formed the central stage of the absolute height in resentment towards the contested tax reforms. The PM wrote in The King's Speech<sup>22</sup> that his cabinet will carry out the intended dividend tax cuts as planned (De Volkskrant, 2018c). Despite the strong disapproval, the PM kept defending the reforms because he believed '*to its core*' that dividend tax cuts are a '*bizarre, but necessary measure*' to keep the Netherlands '*business friendly*' (AD, 2018a). However, this untenable situation was about to change drastically. Despite confirming in March 2018 its intended move back to the Netherlands, after naming its attractive '*post Brexit*' business climate as one of the main reasons, on 5 October 2018 Unilever announced that they will keep their dual structure with headquarters in London and Rotterdam. Unilever decided to do so because shareholders raised –considering the enormous socio-political backlash– their concerns regarding the stability of the reforms (AD, 2018b).<sup>23</sup> Defending the tax reforms, now that its main argument collapsed, became –even for the PM– unviable (AD, 2018c). Therefore, on 15 October 2018, the PM officially announced that the divided tax cuts, under new calculations €1,9 billion in total, were officially cancelled (NOS, 2018a). Days after the PMs announcement and in the midst of heated arguments related to the cancelled reform and its origin, (by now former) Unilever's CEO Paul Polman confessed in an exclusive interview that Unilever explicitly informed cabinet members and the PM shortly before and during the formation that divided tax cuts were an absolute necessity for the firm to consider moving (entirely) back to the Netherlands (AD, 2018b). Despite the fact that the lobby patterns were already confirmed after the *Wob*-requests, this came as a shock because the PM never disclosed that Unilever was that specific. This interview marked the end of the tax discussion. However, it resurgences the CPA controversy because the assumed lobby patterns were now

---

<sup>21</sup> In Dutch: Prinsjesdag.

<sup>22</sup> In Dutch: Troonrede.

<sup>23</sup> Update: on 11 June 2020, Unilever announced that it also gives up its dual structure. Unilever will continue its operations as a British concern. See: <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/06/11/unilever-hervormt-bedrijfsstructuur-wordt-volledig-brits-a4002486>.

confirmed by a corporate party. This led to critical discussion about the influence of corporate lobbyism in general.

### III.II.III. Phase III: 1 November 2018 → June 2019

After the confirmation of the lobby patterns, most critical CPA discussions brought up the earlier imposed transparency legislation that should have improved the safeguards around corporate lobbyism. Thereby, the lobby-paragraph and other legislative initiatives against intrusive corporate lobbyism were discussed (NOS, 2018b). Others focussed more on the socio-political consequences of the latest CPA controversy and its broader societal implications (FD, 2019). However, after the withdrawal of the contested tax law, also the related CPA controversy held only the public's attention for a brief moment of time: CPA related media attention became rapidly scarce.<sup>24</sup>

### III.III. Collecting articles and data segments

Considering the above, I would like to emphasize that although the empirical case started and centered around a controversial tax reforms, the aim of my analysis is to elucidate the discursive strategies through which legitimacy -for the later discovered- *corporate lobby patterns* was maintained or disrupted during the lobby contest. Therefore, the purpose of my critical discursive analysis (CDA) is *not* to find the legitimation strategies for the tax reform *itself*, which is a research question on its own. In other words, I use the same case specific CDA-oriented approach on discursive legitimation as the Finnish School (e.g. Vaara & Tienari, 2004; Breit, 2001) in order to elucidate the discursive practices that entail the (de)legitimation strategies regarding a specific contest. In this case: *corporate lobbyism*. Thereby, as mentioned earlier, I use Van Leeuwen's (2007) *grammar of legitimation* to elaborate on the legitimation strategies used for the legitimation, delegitimation or re-legitimation of CPA. Since the tradition in CDA is to engage in a close reading of case specific texts in order to elucidate this (de)legitimation *process* (Fairclough, 2003), the dataset of the present study must consist of mass media articles that portray how the Dutch dealt - in three distinct phases - with the *lobby crisis* that dominated the aftermath of the 2017 Dutch general election. Below, I give a detailed coverage on how I collected these articles and the relevant data segments therein.

---

<sup>24</sup> Update: after *phase III* (1 November 2018- June 2019) ended, lobbyism is every now and then (critically) discussed in Dutch media. See for example: <https://www.trouw.nl/opinie/niet-wachten-tot-de-lobbyist-komt-maar-actief-sturen-en-remmen~beed6deea/>.

### III.III.I. Sampling articles

As said, to be able to perform a critical discursive analysis on a specific case, I gathered extensive media material around the aftermath of the 2017 Dutch cabinet formation. Firstly, I selected *leading* Dutch media outlets, such as the national news broadcaster (*NOS*), Dutch daily newspapers (*De Volkskrant*, *Trouw*, *NRC-Handelsblad*, *Het Financieele Dagblad*, *De Telegraaf*, and *Algemeen Dagblad*), Dutch weekly or monthly (intellectual) opinion magazines (*De Groene Amsterdammer*, *HP/De Tijd*, and *Vrij Nederland*) as well as online independent financial/political research platforms (*Follow the Money*, *SOMO*, and *Lobbywatch*), that had portrayed the contest carefully and precisely. See table 2 for a more detailed description/definition of the selected media outlets.<sup>25</sup> Although multiple media sources are not rare in the CDA tradition (e.g. Vaara, 2014), it is also common to use articles from one single media outlet. For instance, Joutsenvirta & Vaara (2009) solely use the *Helsingin Sanomat*, a leading Finnish daily newspaper, and Luyckx & Janssens' (2016) exclusive choice for *The Economist*. However, due to the broad socio-political attention devoted to the lobby controversy, I considered the present contest not suitable for a 'single source' approach. More precise, I specifically wanted to include a variety of articles -from a wide origin and from different (political) viewpoints- in the dataset because then I was most likely to be able to capture the broad socio-political outrage during the contest that "provides us access to both legitimation and delegitimation acts in different stages of the conflict" (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 89). Moreover, due to the broad nature of the contest, I used this multiple source approach also because different types of journalists tend to play with different perspectives "and contrasting rationalities and moralities" (Vaara et al., 2006, p. 805). I also tried to carefully build a dataset that included different forms of media coverage, derived from traditional and more contemporary leading news outlets. Therefore, it should be noted that the dataset includes a variety of articles: they range from interviews, news reports, publications, columns, opinion pieces, editorials, articles from (high quality and acknowledged) online research platforms, and articles from (freelance) undercover journalists.

Secondly, I conducted the sampling of the articles by utilizing the electronic archives of the selected news outlets. I did this in December 2018 and updated the dataset in July 2019. I covered the period between January 2012 and July 2019. Within this timeframe, I collected all the articles containing the keywords 'lobbyism in the Netherlands', 'corporate lobby', 'dividend tax', 'tax cuts', and 'corporate interference' often in combination with

---

<sup>25</sup>According to one's own mission statement or societal consensus, see <https://educatie-enschool.infonu.nl/diversen/28618-welke-krant-past-bij-mij-nederlandse-dagbladen.html>.

‘Rutte’ (including political equivalents), ‘Shell’, or ‘Unilever’ -as the relevant political and corporate parties involved- that also portrayed the *slightest* sense of legitimation, delegitimation or relegitimation of the above described lobby patterns. Thereby, I viewed legitimation as ‘the creation of a sense of positive, beneficial, ethical, understandable, necessary or otherwise acceptable action in a specific setting’ (Vaara, 2014, p. 503; Van Dijk, 1997), and delegitimation as ‘establishing a sense of negative, morally reprehensible or otherwise unacceptable action or overall state of affairs’ (Vaara, 2014, p. 503; Rojo & Van Dijk, 1997). I viewed relegitimation, based on Vaara (2014, p. 503), as ‘the *restoration* of a sense of positive, beneficial, ethical, understandable, necessary or otherwise acceptable action in a specific setting’. The unedited dataset consisted of 348 articles. Despite the first screening, I noticed that the majority of the articles still brought only ‘hard news facts’. The absence of any kind of reasoning, argumentation or discourse means that they are –‘from a CDA perspective’- not interesting to keep (Joutsenvirta, 2013, p. 464). Therefore, the unedited dataset was in need of another screening. During this process, articles focusing on only factual news were removed. Screening was also needed because of the following: since the controversy started as a contested dividend tax reform, I included -at first sight- also articles that centered around the *tax reform* because in those dividend tax related articles it appeared that often *also* the *lobby contest* was portrayed. However, this was not always done in an in-depth way: the majority of these articles brought only rather factual news related to the lobby contest and needed to be removed (Joutsenvirta, 2013). This also meant that articles that afterwards *only* portrayed the tax reform itself as (il)legitimate, thus articles with no useful link to the (de)legitimation of CPA, also needed to be removed. After I finalized the screening process, the final dataset consisted of 106 articles (7 articles from *NOS*, 18 from *De Volkskrant*, 13 from *Trouw*, 13 from *NRC-Handelsblad*, 1 from *Het Financieele Dagblad*, 9 from *De Telegraaf*, 4 from *Algemeen Dagblad*, 9 from *De Groene Amsterdammer*, 5 from *HP/De Tijd*, 1 from *Vrij Nederland*, 17 from *Follow the Money*, 5 from *SOMO*, and 4 from *Lobbywatch*). Considering earlier critical discursive research, a relatively small dataset is not uncommon (e.g. Luyckx & Janssens, 2016; Breit, 2011; Erkama & Vaara, 2010; Joutsenvirta & Vaara, 2009; Vaara & Tienari, 2008). Because a critical discursive approach means adopting a *critical and in-depth* stance towards every sentence (Vaara & Tienari, 2008), CDA is not only time-consuming but also led to the consensus that it says ‘a lot about little’ (Potter & Wetherell, 1987, pp. 161-162). Thus, although a limited amount of articles is used, it is still likely that the present study provides a comprehensive view of arguments made by CPA protagonists and antagonists (Fairclough, 1995a). Thereby, as the following sub-

paragraph will highlight, the selected articles often consisted of several data segment. Therefore, the selected articles provided a rich study context.

**III.III.II. Sampling data segments**

After selecting the final dataset, I continued with a further in-depth analysis of the *media material* in order to divide the articles in specific data segments or “accounts” that consist of (different) “explicit or implicit” acts of legitimation, delegitimation or relegitimation concerning the contested lobby patterns (Joutsenvirta, 2013, p. 464). This meant that I screened every article again and removed segments therein that reported only hard news facts or were solely aimed at the tax reform itself, with no link to CPA. My goal was thereby to sieve every article in order to only remain data segments that entail acts of legitimation, delegitimation or relegitimation of the lobby patterns during the contest. Thereafter, I noticed that each article consisted of 1-9 (different) remaining data segments. The length of the data segments varied from a couple of sentences to a full paragraph. Consequently, each article that consists of two or more data segments can understandably consist of multiple (different) acts of legitimation, multiple (different) delegitimizing accounts or can consist of a mix of multiple (different) legitimating or delegitimizing accounts. Thereby, in the process of selecting and labeling the data segments, I used (based on Vaara, 2014, p. 503) a narrower, tailored and case specific definition of legitimation, delegitimation and relegitimation. Following this definition, as described in table 1, I labeled the text fragment as a legitimating data segment, delegitimizing data segment, relegitimizing data fragment or as a data segment that included a sense of legitimation and delegitimation. As table 1 indicates, the total number of data segments that were suitable for a micro-level discursive analysis amounted to 294. By selecting these specific data segments, I created a “meaningful set of data” or “analytic units” that are needed to eventually find the discursive (de)legitimation strategies used during the contest (Joutsenvirta, 2013, p. 464).

<i>Type of segment</i>	<i>Definition</i>	<i>Example</i>	<i>Phases</i>			<i>Total No. fragments</i>
			I	II	III	
<i>Legitimizing data segments</i>	Explicitly or implicitly <i>creating a positive, beneficial, ethical, understandable, necessary or creating otherwise a sense of acceptability concerning the use of CPA</i> (Vaara, 2014)	In my opinion there can't be enough lobbyism. Every member of parliament, every Minister or any civil servant must hear all the concerns of every (corporate) party involved. (Vrij Nederland, 22 December 2017)	13	4	1	<b>18</b>

<i>Delegitimizing data segments</i>	Explicitly or implicitly <i>creating a negative, morally reprehensible or creating otherwise a sense of unacceptability concerning the use of CPA</i> (Vaara, 2014)	Although lobbying is legally permitted, certain disclosure and clarity around lobbying is an absolute necessity in order to create necessary democratic oversight. However, in the Netherlands [...] such regulation around lobbying does not exist. (De Volkskrant, 5 November 2015)	16	196	23	<b>235</b>
<i>Relegitimizing data segments</i> <sup>26</sup>	Explicitly or implicitly <i>restoring a positive, beneficial, ethical, understandable, necessary or creating otherwise a sense of reacceptance concerning the use of CPA</i> (Vaara, 2014)	Despite the transparency issues, even Representative member Bouwmeester recognizes, that it is important to involve ‘‘corporate experts’’ (i.e. lobbyist) within the legislative process in order to better legislation. (Follow The Money, 5 January 2016)	2	2		<b>4</b>
Data segments including acts of <i>legitimation and delegitimation</i>	Explicitly or implicitly <i>creating a simultaneous positive and negative or an otherwise simultaneous sense of (un)acceptance concerning the use of CPA</i> (Vaara, 2014)	To give an insight in agendas of politicians when they meet a lobbyist is a step in the right direction considering the lobby debate. However, transparency is still an illusion because the content of these meetings remains confidential. (Lobbywatch, 3 June 2018)	9	23	5	<b>37</b>
<b>Total</b>			<b>40</b>	<b>225</b>	<b>29</b>	<b>294</b>

*Table 1. Different types of data segments incl. examples and occurrence per phase.*

Considering the fact that the empirical case revolves around controversial lobby patterns related to a tax reform, that was presented and withdraw during the second phase because of its corporate origin, it’s understandable that the majority of the data segments (225) also originates from this phase. Considering the broad societal outrage it is also not surprising that the majority of the segments (235) were labeled as a delegitimizing data segment.

During the above described screening and labeling process on segment level, I became aware that although I had selected the articles at first sight, I had deleted the majority of the data segments that originated from the leading right-wing/nationalistic daily newspaper *De Telegraaf*. At least, a considerable amount more in comparison to other newspapers. Although many of the deleted fragments, indeed, only reported factual information or focused on issues not naming the CPA contest specifically, I decided to add some (in retrospective) relevant data segments back because the publication of in its majority negative charged articles in a right-wing media outlet regarding tax cuts said *on itself* something about the broader contest through which the tax cuts had occurred. I also noticed during the more in-depth analysis and labeling of the data segments that independent research platforms *SOMO*, *Follow the Money*

<sup>26</sup> In table 3, relegitimizing data fragments are counted as part of a legitimating strategy and are –as such- in figure 3 illustrated in the upward diagrams.

and *Lobbywatch* frequent collaborated. This resulted in noticeable similar publication. I decided to only use the data segments derived from the main or leading publication, if not different from other publications.<sup>27</sup> Below in table 2, I summarize the selected media outlets (13 in total), used articles (106 in total) and data segments (294 in total). Thereby, table 2 gives also an overview of how the selected articles and data segments are distributed over the three distinct phases of the described lobby contest. In the next paragraph, before I elaborate further on the three stages of my in-depth critical discursive analysis that I performed *using* the selected data segments, I highlight some important methodological aspects related to such a discursive approach.

<i>Media outlet</i>	<i>Description/Definition</i>	<i>Phases</i>				<i>Total no. of articles</i>	<i>Phases</i>			<i>Total no. of data segments</i>
		<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>			<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	
Nederlandse Omroep Stichting (NOS)	Leading Dutch (state owned) public broadcaster	1	5	1	<b>7</b>	4	7	1	<b>12</b>	
De Volkskrant	Leading leftish/progressive daily newspaper	3	13	2	<b>18</b>	11	32	5	<b>48</b>	
Trouw	Philosophic/religious daily newspaper		11	2	<b>13</b>		18	4	<b>22</b>	
NRC Handelsblad (NRC)	Leading rightwing/liberal/conservative daily newspaper		13		<b>13</b>		28		<b>28</b>	
Het Financieele Dagblad (FD)	Leading daily business newspaper			1	<b>1</b>			2	<b>2</b>	
De Telegraaf	Leading rightwing/nationalistic daily newspaper		8	1	<b>9</b>		15	5	<b>20</b>	
Algemeen Dagblad (AD)	Leading ‘neutral’ daily newspaper		4		<b>4</b>		13		<b>13</b>	
De Groene Amsterdammer	Intellectual left-wing/progressive weekly opinion magazine	1	6	2	<b>9</b>	3	23	6	<b>32</b>	
HP/De tijd	Intellectual liberal monthly opinion magazine		5		<b>5</b>		21		<b>21</b>	
Vrij Nederland	Intellectual leftish weekly opinion magazine		1		<b>1</b>		3		<b>3</b>	
Follow the Money (FTM)	Online independent/radical journalistic research platform	5	11	1	<b>17</b>	13	53	3	<b>69</b>	
Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO)	Online critical, independent, not-for-profit knowledge centre on multinationals	1	4		<b>5</b>	2	14		<b>16</b>	

<sup>27</sup> In Appendix B, the first referral link is the article used. Other similar publications are indicated, but not included in the overall dataset.

Lobbywatch	Online governmental/ transparency research platform		4		4		8	8
<b>Total</b>					<b>106</b>			<b>294</b>

*Table 2. Summation table of empirical material per phase (January 2012- July 2019)*

### **III.IV. Analytic method**

Before elaborating on the three stages of my critical discursive analysis, I find the following methodological aspects related to this discursive approach important to emphasize. Firstly, as I continued my data reading, I became aware that the selected media texts provided, indeed, a “fertile ground for a discourse analysis that is sensitive to wider moral and political struggles” (Joutsenvirta, 2013, p. 464, based on Otkar, 2001). However, like Joutsenvirta & Vaara (2009, p. 90) point out, “it is important to emphasize that the media [*itself*] had a crucial role [...] in the production of the discursive legitimation struggles”. Because it were journalists who discussed and reported about the involved protagonists or antagonists and wrote the articles where they included these “direct statements of their sources”, they detached this “(de)legitimation talk” from its original context and placed it in their own words. Therefore, the discursive legitimation strategies that I identified in this study (see chapter IV) are unavoidable “co-produced” by journalists (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 90). When I continued my data reading process in order to identify the argumentation patterns that were used in each phase of the “(de)legitimizing act” (Joutsenvirta & Vaara, 2009, p. 90), I was –however- aware of this co-production. Thereby, it is important to say is that the systematic analysis of the language used (i.e. CDA) was therefore not (primarily) focused on the language of the journalist itself, but on the *discourse* they represented or brought forward. Consequently, during my analysis the focus lay on the interpretation of the specific language used by supporters and opponents of the contested corporate lobby patterns. Nevertheless, this kind of linguistic analysis based on (solely my) interpretations is also methodologically challenging (Luyckx & Janssens, 2020; Joutsenvirta & Vaara, 2015). Therefore, since “distinguishing different discourses and arguments rest on interpreting, [when] at times texts are ambiguous and allow for multiple interpretations” (Joutsenvirta & Vaara, 2015, p. 751), caution should be in mind when interpreting my findings. However, based on Joutsenvirta & Vaara (2015, p. 751), the purpose of my analysis is *not* to make “accurate claims regarding the relative frequency of different strategies”. The aim of this study is, by contrast, to

development new general understandings concerning the discursive (de)legitimation of contested corporate political activities. Thereby, I use my findings, found through a micro-level analysis of 294 data segments, to say something about the (il)legitimacy of CPA in a specific context (Wodak, 2004, also see chapter IV) and the implications the related legitimacy struggles *could* entail (theoretically and managerially) for lobbyism as political non-market strategy (see chapter V). On a more practical note, it should be disclosed that the selected articles, and consequently the selected data segments, are all written in Dutch. The illustrative examples in chapter IV, that are derived from this dataset, are therefore translations from Dutch to English. According to Vaara (2014, p. 516), “such translations are not unproblematic as nuances are unavoidably lost.” Being aware of this challenge, I tried to minimum the damage by choosing a translation as close as possible to the original wording.

Secondly, when I continued the more in-depth analysis of the *data segments*, I used Fairclough’s (2003) CDA-framework thereby as basis. This framework makes a distinction between discourses at three levels of analysis that all should be analyzed simultaneously. Fairclough (2003) distinguishes discourses (Breit, 2001, p.52) on a textual level (“as a micro-analysis of spoken or written language”), as discursive practices (“as a production and interpretation of texts”) and as part of social practices (“as embedded in social, cultural or historical settings”). All three levels were taken into consideration during the analysis and in writing the findings section (see chapter IV). Thereby, when consciously analyzing the dataset while keeping these three levels of discourse in mind, “a constant movement back and forth between [e.g. Van Leeuwen’s (2007)] theory and empirical data” (Wodak, 2004, p. 200) became inevitable. Therefore, my analysis could be defined by its reoccurring pattern of an increasingly focused empirical analysis, while I worked on a more and more refined (theoretical) understanding of the used discursive (de)legitimation strategies that are illustrative for this context specific *legitimation process*. Hereby, my “theoretical ideas [were] developed alongside an increasingly targeted empirical analysis” (Vaara, 2014, p. 504). As is often the case in CDA, my analysis was therefore *abductive* in nature (Wodak, 2004): I used the dataset to search for certain (de)legitimation strategies -initially based on Van Leeuwen’s (2007) framework- and went thereby back and forth between my data and theories on legitimation (i.e. Luyckx & Janssens, 2016; Vaara, 2014; Scherer et al., 2013; Van Leeuwen, 2007; Vaara et al., 2006) in order to complement this framework with the specific (de)legitimation acts concerning CPA. Although it is difficult to report in detail on all the rereading and reinterpretation steps that occurred during this process as is, according to Vaara et al. (2006, p. 796), “usually the case with CDA”, I can however name the three important

stages that characterized my critical discursive analysis. These stages are -partly or in full- also the most commonly used ways through which a discursive analysis unfolded in earlier discursive research by the Finnish School (e.g. Joutsenvirta & Vaara, 2015; Vaara, 2014; Zhu & McKenna, 2012; Vaara et al. 2006; Vaara & Tienari, 2004). Based on the School's approach to CDA, the three important stages of my analysis, that draw upon the *data segments*, were therefore: (1) a thematic analysis, (2) an interdiscursive analysis that distinguished the different discourse-ideologically bases used in the (de)legitimation process, (3) and an intertextual analysis that focused on the most important discursive legitimation strategies (see also Vaara et al., 2006, pp. 796-797). In the next sections, I elaborate further on the meaning of these in-depth stages of my research and the insights they brought to the present study.

### III.IV.I. First stage of analysis

I started with a thematic analysis of the selected data segments. According to Vaara & Tienari (2004) this is "a recommended way to start any critically orientated media analysis" (Vaara et al., 2006, p. 796). According to Wodak & Meyer (2001) this is also a suitable first step within a discursive-analytic approach because it creates an overview of the data and brings the researcher closer to the contest. This "feeling" is needed to -eventually- be able to identify the different "layers" within a specific contest. All the more, since these layers usually enclose the used discursive argumentation patterns (Wodak & Meyer, 2001). A thematic analysis is, therefore, a "commended way" to start a critical analysis of the data segments because it gives an understanding of the different types of issues, how they are discussed and which topics receive more or less coverage (Vaara et al., 2006; Krippendorff, 2004). In that light, I (again) started reading the selected data segments more carefully and precisely. Besides an overall improved impression of the contest itself, I started noticing similarities between and within the (re)legitimizing and/or delegitimizing data segments. I started labeling them. After going back and forth between different data segments and between different theme descriptions, this analysis led to thirteen pillars within the CPA debate that I could identify as the most important themes. The themes included *legalistic transparency*, *(sluggish) legalistic system change*, *(un)balance between corporate and civilian interests*, *democratic vulnerability*, *democratic defect*, *lobbyism as common phenomenon*, *the legislators' dependence on lobbyist*, *improvement of legislation*, *corporate pressure*, *shadow decision making*, and *corporate transparency*. However, the two most noticeable and dominant themes were *corporate hostage-taking* and *corporate-political relations*.

### III.IV.II. Second stage of analysis

Since discourses provide the basis for legitimation or delegitimation (Vaara, 2014; Fairclough, 2003) focusing on the various *discourses* used while dealing with the themes helps to understand “the order of discourse in the texts” as a “crucial part of any CDA study” (Vaara et al., 2006, p. 796) that focuses on finding *discursive* (de)legitimizing strategies. Thereby, as Vaara (2014, p. 505) describes based on Van Dijk (1998) and Fairclough (2003): “identification of the key discourses helps [not only] in understanding the order of discourse [but also] their interdiscursive relations, as well as their ideological underpinnings”. Therefore, as recommended by Wodak (2004) and Fairclough (2003), I continued with an interdiscursive analysis in order to distinguish the different *discourse types* used in legitimation. In doing so, I firstly concentrated on the themes because I already noticed during the first stage of my analyses that each theme accommodated an intense debate between different social groups of CPA protagonist and antagonists. Thereafter, during this second stage of my analysis, I focused on interpreting the similarities and differences of possible argumentation patterns between the ways in which these social groups talked about the thirteen themes and how this characterized or dominated the struggles related to each theme. After carefully reading and re-reading the data segments, I noticed different discursive patterns and communalities and I started coding them.

More precise, during this stage of my analysis I focused on the broader discourses, as brought up by the social actors, that characterized the legitimation struggles. Therefore, in line with Vaara (2014, p. 505), I “searched for indentified discourses that were frequently used by protagonist and antagonists and in the media text more generally”. I noticed that the broader discourses that I could indentify were, indeed, ideological laden. Within the selected data segments, social actors talked frequently about the dominant position of the economic argument and the central role of the economy. This, I distinguished as a *neoliberal discourse* type (linked to the ideology of neoliberalism that is, “the dominance of the free-market economy and the central role of global financial markets”, see Vaara, 2014, p. 505 and Bourdieu & Wacquant, 2001). Social actors talked that this economic focus resulted in a world where nation states have the purpose and responsibility of creating and maintaining an overall beneficial free-market economy, whereby the use of CPA -as a helpful communicative mechanism between corporate and political forces- becomes only logical. This focus on a free-market economy was also frequently named as an explanation for the rising (unconventional) close ties between politicians and CEO’s. However, the notion that these corporate-political relations can also harm the (conventional) relationships between

governments and their subjects, characterized by more human-social implications, brought besides neoliberal also *humanistic discourses* (linked to the ideology of humanism, that is characterized by “the focus on the human, social and societal implications instead of the dominance of financial logic”, see Vaara, 2014, p. 505, Vaara, 2006 et al., and Held, McGrew, & Goldblatt, 1999) to the legitimation struggles around corporate lobbyism. Thereby, CPA antagonists mainly attacked neoliberal believes (Bourdieu & Wacquant, 2001) when during the contest it became clear that years and years of “relationship building” between Dutch politicians and leading Dutch MNCs, resulted in a “casual” understanding of new tax reforms. They saw neoliberal believes –with its focus on economic gain- as a catalyst within this corporate-political force field, while protagonists that draw from more neoliberal discourses saw CPA as a tool to prevent “constricting” legislation. In addition, I saw that humanistic discourses (Vaara, 2014) were brought to the contest by antagonists to elucidate that CPA resulted in a neglected relationship between politicians and social actors: within the humanistic ideology, instead of market relations, the main governmental purpose (Held et a., 1999).

Furthermore, within the data segments, social actors frequently underlined the national interest of a nation state as a diverse palette that includes not only the preservation of corporate entities or capitalistic interests (through favorable legislation) but far and foremost the wellbeing of the national population within a free-market economy. In relation to the use of CPA, this statement led to many concurring and dissenting opinions that were frequently based on nationalistic sentiments or capitalistic free-market arguments. Therefore, I could also distinguish nationalistic and capitalistic discourse types that played in the media texts also a pivotal role in the (de)legitimation of corporate lobbyism. *Capitalistic discourses* (whereby I define this discourse type by its focus on capitalism “in a way that promotes and naturalizes the neoliberal ideology”, Vaara, 2014, p. 505, with a strong focus on the free-market that is controlled by private owners for profit rather than by the state, Bourdieu & Wacquant, 2001) were frequently brought to the contest by social actors as the “source” that led to the enormous economic and financial power that MNCs nowadays have. This power entitles them to “leverage” their interests over the interests of nation states, whereby CPA is (il)legitimately used to do so. Contrarily, *nationalistic discourses* (linked to ideology of nationalism, that is characterized by the identification with one’s own nation and support for its interest, here especially to the exclusion of corporate interests, see also Vaara et al., 2006 and Anderson, 1983) were evoked by the notion that nation states are not an asset or solely a corporate playing field but are –firstly- a collective of incumbents that form a nation that –

secondly- allows corporate existence. Although the positive (legalistic) outcomes of CPA were not neglected, sometimes these nationalistic discourses turned to banal nationalism (Billig, 1995) -“where colorful nationalistic language and associated discursive means, such as metaphors and national stereotypes, play a central role” (Vaara, 2014, p. 506)- in order to highlight the problems with CPA during the contest. After carefully reading and re-reading, I also could distinguish within capitalistic discourses two slightly different sub-categories: I identified *global* capitalism and *corporate* capitalism as two distinct discourse types. Where social actors often used global capitalistic discourses to indicate the role of lobbyism within a capitalistic world order as a creation that undermined the national interests of nation states even further, corporate capitalistic discourses were used to indicate that firm specific lobby attempts –in this case predominantly by Unilever and Shell- are solely used in favor of corporate concerns and are therefore not (necessarily) in the best interest of the nation state itself. However, when used vis-à-vis nationalistic discourses, both evoked a strong sense of nationalism that often arises when national institutions, values and interest are endangered (Billig, 1995).

Considering the above, after going back and forth between different data segments and between different discursive (argumentation) patterns, the second more in-depth analysis led to five pillars within the CPA debate that I could identify as the most important discourses. I distinguished *neoliberal*, *humanistic*, *nationalistic*, *global capitalistic* and *corporate capitalistic* discourse types as the discourse-ideological bases of (de)legitimation during the CPA contest. Although the above might indicate that the found discourses were solely used vis-à-vis (i.e. neoliberalism vs. humanism and capitalism vs. nationalism) or only used for legitimation or delegitimation (i.e. legitimation through capitalistic discourses and delegitimation through nationalistic discourses) this was, however, in the greater part of the texts not the case. Therefore, in line with Vaara et al. (2006, p. 797), I have to agree that “these discourses provided very different kind of means for framing specific issues and for establishing legitimacy”. So, in principle, any discourse type could be used for legitimation or delegitimation because in the texts these discourses were combined, intertwined and blended (Vaara, 2014; Vaara et al., 2006). As Vaara (2014, p. 506) stated on similar findings: “rather than only reflecting specific discursive or ideological bases, the protagonists and antagonists often combined various discursive and ideological elements in their discursive strategizing.” As the more in-depth analysis of the legitimation strategies below will reveal, this was particularly the case within –the later defined- legitimation strategy of *moralization*: (de)legitimation based on moralizations draw from a wider interdiscursive framework where

multiple discourse-ideological basis of *delegitimation* were noticeable. Therefore, discursive argumentation strategies are often not the result of an observation of the contest through one particular discourse-ideological frame, but are -also in the present study- interdiscursive in nature: capitalistic and nationalist discourses were, for example, both used within –the later defined- *legitimation* strategy of *rationalization*. To investigate these specific strategies further, I needed to move towards an increasingly targeted micro-level intertextual analysis.

### III.IV.III. Third stage of analysis

Lastly, I focused on the legitimation strategies by carrying out an increasingly targeted intertextual analysis. Again, a recommended way in CDA (Vaara et al., 2006; Wodak, 2004). I needed a third stage of analysis to ‘‘understand how specific discourses were used in actual practice for legitimating or delegitimizing purposes’’ (Vaara et al., 2006, p. 797). This is also in line with the earlier explained (micro-level) discursive approach of the present study that aims to elucidate, out of textual material, how specific discourses are deployed and form (together) the actual used discursive (de)legitimation strategies concerning the contested corporate lobby patterns (i.e. legitimacy-as-process). I began by analyzing *how* specific discourses were used by protagonists and antagonists within the CPA debate. Then, I started coding the commonalities between and within the (re)legitimizing and/or delegitimizing data segments on how different discourses were strategically used in a specific way for legitimation or delegitimation purposes (Fairclough, 1995a). Hereby, certain (de)legitimation patterns or *strategies* became visible (i.e. neoliberal, nationalistic, and humanistic discourse types that were for example frequently brought to the contest in specific ‘‘story-tell’’ or in a strong narrative force that delegitimized the use of CPA). At first, I categorized these legitimation strategies based on Van Leeuwen’s (2007) *grammar of legitimation*. However, I made two important iterations. I noticed that Van Leeuwen’s (2007) framework did not cover the entire contest. A much used strategy, namely the creation of a strong enmity around the senders (corporate entities) and receivers (Dutch politicians) of corporate lobby practices – often underpinned by clear capitalistic vis-à-vis nationalistic discourses- was not captured in Van Leeuwen’s (2007) model. I needed to add the legitimation strategy of *Discursive Antagonism*, as identified by Luyckx & Janssens (2016), to close this cap (see for a further elaboration on this matter paragraph IV.II below). Furthermore, I noticed that CPA legitimation was sometimes based on argumentation strategies that referred to the normal or natural function –thus, the in fact *normalization*- of CPA within a parliamentary system. Vaara et al. (2006, p. 797) emphasize that normalization is in Van Leeuwen’s model not

considered as a separate category of legitimation. However, in earlier drafts I defined it as such. Nevertheless, after several re-readings the data segments, I came to the conclusion that the -at first site- normalization of CPA actual draw from *authorizations* and *rationalizations* rather than normalizations. My coding system, based on the grammar of legitimation, was therefore constantly redefined and tailored to the empirical case. This also meant that I made several case specific alterations to Van Leeuwen's (2007) wording of the legitimation strategies or used a definition of a legitimation strategy (based on i.e. Vaara, 2014; Vaara & Tienari, 2008, see also table 3) that suited the contest better. I continued by refining this categorization and was thereby able to distinguish "specific sub-categories of specific legitimation strategies" (Vaara et al., 2006, p. 797). See for example anti-capitalistic, nationalistic, and humanistic moralization. Thereafter, after carefully reading and re-reading the media text and subsequent refinements of earlier drafts, I distinguished the following frequently used legitimation strategies that appeared to be imported strategies –based on their discourse-ideological underpinning- in the discursive (de)legitimation of corporate political activities: inverse legalistic *authorization*, legalistic legitimation attempts based on legalistic *authorization*, *rationalization* by referral to the classic or new lobby-premise, anti-capitalistic, nationalistic or humanistic *moralization* of the lobby-premise, corporate or political *discursive antagonism* and (dramatic) democratic or political *narrativization*. These legitimation strategies are often conceptual closely related (especially rationalization and moralization since rationalizations draw from moralities, see Vaara et al., 2006) or draw even from the same concept (for example: democratic or political narrativizations). However, all have their own specific role within the (de)legitimation process (Joutsenvirta, 2013). Therefore, it's important to clarify the differences between them. In order to do so, I give in table 3 a detailed overview of each legitimation strategy, accompanied with a definition, an example and its occurrence per phase. In figure 3, I give a graphic overview of the different legitimation strategies per phase. Furthermore, I will report on these differences in more detail in the finding section of the next chapter (see paragraph IV.II). Finally, I concluded this phase with the selection of the text fragments, out of the data segments, that were illustrative for the identified discursive argumentation strategy. As said, in the next chapter, I give a more detailed analysis of each discursive strategy and its discourse-ideological basis, illustrated by these representative text fragments. However, in the next paragraph, I firstly address the research ethics that were taken into consideration during each phase of this critical discursive research.

<i>Discursive strategies</i>	<i>Contest specific definition</i>	<i>Example</i>	<i>Phases</i>			<i>Total</i>
			<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	
<i>Inverse legalistic authorization</i>	Delegitimation <i>that refers to legislation of an institutional authority</i> that constrains CPA-legitimation. (Van Leeuwen, 2007)	Although lobbyism is legally permitted, certain disclosure and clarity around lobbyism is an absolute necessity in order to create necessary democratic oversight. However, in the Netherlands this is precisely the problematic issue, since such regulation around lobbyism does not exist. (De Volkskrant, 5 November 2015)	7		6	<b>13</b>
<i>Legalistic legitimization attempts based on legalistic authorization</i>	Legitimation <i>that refers to actions of an institutional legal authority</i> that (when actions are implemented) legitimate corporate lobbyism. (Van Leeuwen, 2007)	The social-democrats submitted a proposed law [...] this improves the transparency and therefore allows politicians, NGO's and the media to better their oversight on lobbyism in general, according to legislative experts.(De Volkskrant, 5 November 2015)	9		1	<b>10</b>
<i>Rationalization by referral to the classic lobby-premise</i>	Legitimation <i>that refers to the utility or function of CPA based on knowledge claims</i> given under the classic-lobby premise. (Van Leeuwen, 2007)	In my opinion there can't be enough lobbyism. Every Representative member of parliament, every Minister or any civil servant must hear all the concerns of every (corporate) party involved. (Vrij Nederland, 22 December 2017)	6	6		<b>12</b>
<i>Rationalization by referral to the new lobby-premise<sup>28</sup></i>	Legitimation <i>that refers to the utility or function of CPA based on knowledge claims</i> given under the new-lobby premise that thereby (simultaneously) delegitimize CPA under the classic-lobby premise. (Van Leeuwen, 2007)	The past months it became clear, through the lobby behind the dividend tax cuts, that corporate entities still have privileged and often invisible ways to reach or convince governmental decision makers. We must not reinforce this behaviour. On the contrary, we should fight it. (Lobbywatch, 5 April 2018)	9	23	5	<b>37</b>
<i>Corporate discursive antagonism</i>	Delegitimation <i>that refers to a negative actor image</i> of corporate forces that engage in CPA, <i>as well as a positive actor image</i> of critics that delegitimize the use of CPA by corporate forces. (Luyckx & Janssens, 2016)	Polman was not able to understand the Dutch objections and protests after the initial tax reforms that would costs the Dutch €2 billion in tax earnings. [...] The "Bono of the corporate world" turned out to be nothing then a sore loser.(AD, 29 November 2018)		32		<b>32</b>
<i>Political discursive antagonism</i>	Delegitimation <i>that refers to a negative actor image</i> of political actors that engage in CPA, <i>as well as a positive actor image</i> of critics that delegitimize the use of CPA by political actors. (Luyckx & Janssens, 2016)	Rutte changed the Netherlands into a "corpocratie", where MNCs can use their influence for lower taxes. Rutte is therefore not fighting for the working class but for the interests of the old boys' network. (FTM, 26 June 2018)		67		<b>67</b>

<sup>28</sup> Rationalizations under the new lobby-premise simultaneously delegitimized lobbyism under the classic lobby-premise. As a consequence, figure 3 illustrates both the delegitimation and legitimization of CPA through rationalizations under the new lobby-premise (upward and downward diagram). Data segments are, however, not counted twice but are counted as data segments that include acts of *legitimation* and *delegitimation*.

<i>Moralization</i>	Delegitimation <i>that refers to specific societal key value systems</i> that provides the basis for delegitimation. (Van Leeuwen, 2007)			39		<b>39</b>
Anti-capitalistic moralizations	Delegitimation that refers to anti-capitalistic discourses to illustrate that capitalism <i>in a way that promotes and naturalizes the neoliberal ideology</i> through the use of CPA disrupt democratic processes, whereby democratic processes <i>are seen as a societal key value system</i> . (Vaara, 2014)	Interestingly enough, one of the international firms that wanted the reforms in the first place was now the only one able to reverse them. (Trouw, 5 October 2018)				
Nationalistic moralizations	Delegitimation that refers to nationalistic discourses, <i>that emphasize the national interest as societal key value system</i> , to illustrate that the moral basis of CPA is questioned since MNCs have more influence on national decision making than beneficial for the national interest. (Vaara et al., 2006)	A medium of exchange: a piquant detail is that Wiebes saw the dividend tax reforms as a trump card in his negotiations with Shell regarding the oil drillings in Groningen. (Trouw, 25 April 2018)				
Humanistic moralizations	Delegitimation that refers to humanistic discourses, <i>that prioritize the interest of individual constituents as societal key value system</i> , to illustrate that CPA is an amoral corporate tool that deliberately neglect human-social implications. (Vaara et al., 2006)	But when politicians argue that we are foremost a nation of common human values, they cannot ignore their own behavior that lately exclusively concentrates on The Netherlands Inc. We can no longer ignore this amorality. (NRC, 11 November 2017)				
Democratic narrativization	Delegitimation <i>that refers to stories or narrative structures</i> regarding the democratic implications of CPA in order to delegitimize lobbyism. (Vaara & Tienari, 2008; Van Leeuwen, 2007)	However, sometimes lobbyism becomes the centre star. And when it does, quickly the rooms fill with a malicious smell of undemocratic handshakes. (De Volkskrant, 5 November 2015)	8	24	8	<b>40</b>
Political narrativization	Delegitimation <i>that refers to stories or narrative structures</i> regarding politicians or political institutions affected by CPA in order to delegitimize lobbyism. (Vaara & Tienari, 2008; Van Leeuwen, 2007)	Come and see, come and see! The undoing of the dividend tax reforms! A circus full of breathtaking tricks that started during the formation when the <i>VVD</i> was forced to plug this idea in the coalition agreement. But after Mark Rutte lost all his political capital to make Unilever feel at home, the PM was dumped by one single text message: "Sorry, we are not moving to Rotterdam". (Trouw, 17 October 2018)	1	34	9	<b>44</b>
<b>Total</b>						<b>294</b>

Table 3. Summary of the (de)legitimation strategies incl. definition, examples and occurrence per phase.

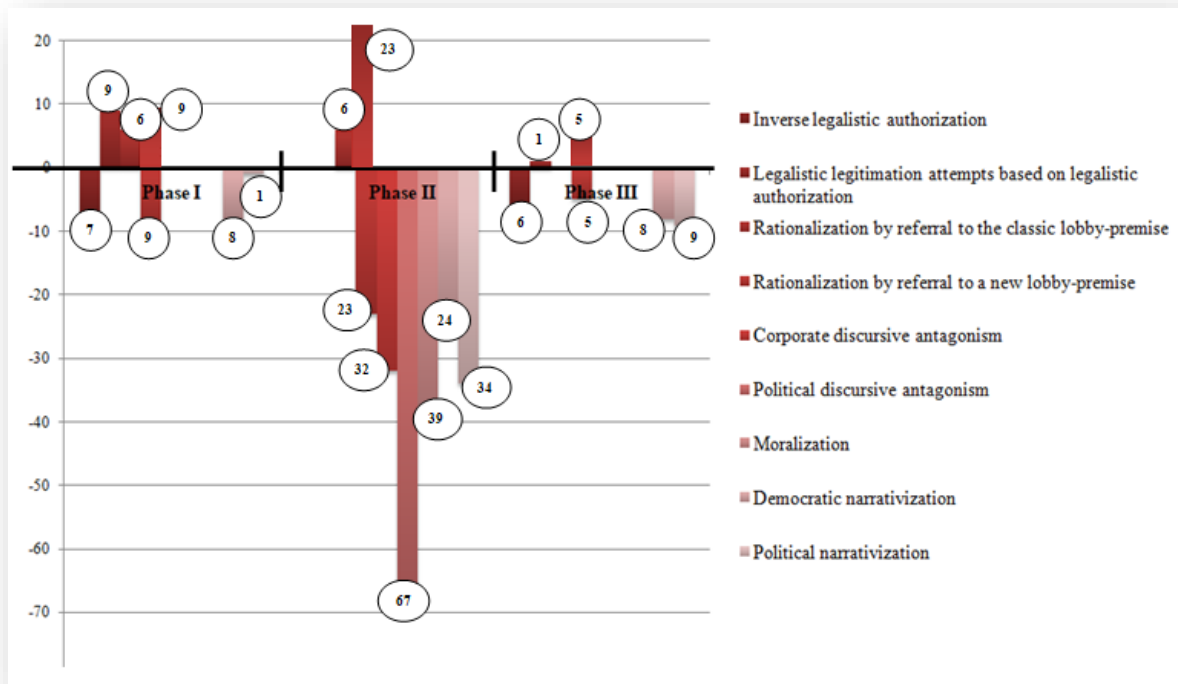


Figure 3. Graphic illustration of the (de)legitimation strategies incl. occurrence per phase.

### III.V. Research ethics

While working on this thesis, research ethics were taken into consideration during every step of the study. In that light, I like to express that CDA is a much used and recommend methodology (Fairclough, 2003) and that the followed three stages of my analysis and coding system are used in many critical discursive studies before (e.g. Joutsenvirta & Vaara, 2015; Joutsenvirta, 2013; Vaara et al, 2006). Thereby, all of the used media articles/data segments are still available or can be retrieved from their online archives. Please, see the reference section and Appendix B for all the used text fragments, referral links and an illustration of the coding system. The original hardcopy of the entire dataset -that entails side notes and thematic labels- is available on request. Since it is my responsibility as student to follow the *Radboud University Code of Academic Integrity* and any other relevant academic or professional guidelines during every step of my research, I declare that I conducted this research with precision and care according to these guidelines. I signed the research integrity form as a declaration of the statement above (see Appendix C).

## **IV. The Discursive Legitimation Strategies**

### **IV.I. Moving towards discursive legitimation**

Previously, I pointed out that corporate lobbying has an inseparable negative relation with legitimacy because MNCs lack the legitimacy of democratically elected state representatives when they influence public policy (Scherer et al., 2013). To restore this ‘legitimacy-defect’, legitimacy for CPA seemed to be construed through the use of the *democratic assumption* that implied that lobbying is not problematic as long as these corporate political activities are ‘embedded in the institutional structure of the democratic rule of law’ (Scherer et al., 2013, p. 475; Friedman, 1970). I argued that in order to overcome legitimacy issues, the democratic assumption is used to ‘fix’ CPA related legitimacy issues. I also argued that this approach towards CPA-legitimacy corresponds with the outlook on legitimacy as described in the *legitimacy-as-property* stream. Drawing from this stream, the focus lies on legitimacy as something that can be owned, gained or lost (Suddaby et al., 2017). Earlier CPA literature seems therefore to imply that through simply complying to the democratic rule of law, CPA-legitimacy is ‘gained’ and therefore ‘possessed’. In doing so, all legitimacy struggles around CPA are then (at least) *theoretically* solved.

However, the question remains how CPA-legitimacy outside this theoretical vacuum is maintained or disrupted. Therefore, I argued that we need to view CPA-legitimacy not as a theoretically solved state of equilibrium but as a concept that is subdued to negotiations, that is repeatedly build up and broken down and that the relevant unit of analysis is not legitimacy as outcome (i.e. as competitive resource) but the ongoing societal *process of legitimation* itself. For that reason, this study introduced CPA to the *legitimacy-as-process* stream and approached CPA and its related legitimacy struggles from a discursive perspective. I will now elaborate further on the outcomes of this discursive approach (i.e. CDA) that complement the earlier outlook on CPA-legitimacy.

### **IV.II. Findings: the discursive legitimation strategies**

As explained earlier, I distinguished the following discourse-ideological bases: *humanism*, *neoliberalism*, *nationalism*, *global capitalism* and *corporate capitalism*. These discourses provided the frames through which specific forms of legitimation were portrayed (Fairclough, 2003). Below, I will further elaborate on these frames, their interdiscursive nature and on their role within the discursive legitimation strategies of inverse legalistic *authorization*, legalistic legitimation attempts based on legalistic *authorization*, *rationalization* by referral to the

classic or new lobby-premise, *moralization* of the lobby-premise, corporate or political *discursive antagonism* and (dramatic) democratic or political *narrativization*. Subsequently, this chapter will focus on the aforementioned discursive legitimation strategies -that dominated the (de)legitimation *process* of CPA during the contest- in more detail.

#### IV.II.I. Authorization

Earlier, I defined authorization as legitimation by reference to an (institutional) authority that legitimizes certain behaviour. The law of a nation state is such an authority and therefore, what I define as, legalistic *authorization* is often used for legitimation purposes (Vaara & Tienari, 2008). Normally, when corporate activities comply to certain laws, wherein institutional authority is vested, this is used in argumentation strategies to create or maintain legitimation for this particular contested behaviour (e.g. CPA). Although authorizations as discursive strategy focuses not on the capture but on the *process* of legitimation, this form of legitimation comes close to the argumentation behind the *democratic assumption*. However, during *phase I* and *III* of the present CPA contest, it seems that legalistic authorizations were used precisely in an opposite direction: legalistic argumentations were frequently used to express the lack of specific laws that can create a transparent and ‘‘citizen-friendly’’ lobby practice. Legitimation for CPA was therefore consequently disrupted by referrals to a hiatus in the legalistic system when normally this legalistic system should authorize and legitimate that exact behavior: while legalistic authorization can create legitimation for corporate lobbyism because it appeals to the lawfulness and therefore the legitimacy of that corporate behavior, the legitimacy of that exact (defective) law was here systematically questioned. This meant that no legalistic legitimation for lobby practices could take place, since little authority was vested in the current legislative framework. This delegitimation process, ironically enough dominated by politicians, was therefore characterized by, what I define as, *inverse legalistic authorizations*. This discursive strategy made lobbyism look like an illegitimate practise since it was allowed, but at the same time placed in an insufficient legalistic system, authorized by incumbent (liberal) legislators. Thus, inverse legalistic authorization served as an argumentation strategy that discursively delegitimized lobbyism, not rarely by mocking the same legislative institutions in which normally certain authorizing power is vested.

#### Example 1

Although lobbyism is legally permitted, certain disclosure and clarity around lobbyism is an absolute necessity in order to create necessary democratic oversight. However, in the Netherlands this is precisely the problematic issue because such regulation around lobbyism does not exist. (De Volkskrant, 5 November 2015)

### Example 2

While lobbyist persevere their ongoing “lubricating effect” on smooth democratic processes, there is seemingly no need for legislation that regulates their powers. (FTM, 5 January 2016)

### Example 3

In Brussels, conversations between EU-commissioners and lobbyist are mandatory registered. In the Netherlands there is no such rule. Therefore it is not publically known who spoke to ministers, representative members or their staff. Social-democrats promise year after year that there will be a new law that takes away all the secrecy and conspiracy around lobbying, but fails to work expeditiously. Probably because no lobbyist wants to write down or help to create such laws for them. (De Groene Amsterdammer, 11 November 2015)

As the examples above illustrate, the lack of transparency was the most important factor that triggered a certain illegitimacy around lobbying. Neoliberal and humanistic discourses both had specific implications on this inverse legalistic authorisation: while neoliberal discourses often determined the negative attitude towards stricter legislative initiatives that triggered the debate around the legitimate social embedment of CPA in general, humanistic discourses provided –contrarily- a systematic different outlook on stricter lobby legislation by pointing out the need for legislation to better the (neglected) position of citizens during the democratic decision making process. This position could supposedly improve with proper legislation. However, soon legitimation attempts followed when a new law was proposed that closed this presumed gap in lobby legislation. New regularity demands, that also included the “lobby-paragraph”, appeared to weaken the critical stance towards CPA. When also the earlier negative outlook on lobby legislation was abandoned and made room for a new consensus, that evolved around the idea that lobbying is not (necessarily) wrong when there is a form of mandatory transparency in place, the previous (legalistic) delegitimation of CPA seemed to be halted. This positive stance towards lobby regulations also triggered a certain legitimation regarding corporate lobbying as practice because lobbying *then* would be better legally embedded. Since the proposed law, that aimed to elucidate when politicians acted on corporate or societal wishes, had not even passed parliament, the projection of CPA as a safe, transparent and legitimate practice was therefore only based on the presumed *legalistic authorization* of the envisaged law. Therefore *legalistic legitimation attempts based on legalistic authorization* became a strategy to legitimize corporate lobbying as a transparent practice that had its legitimation vested in an improved legalistic framework that incorporated earlier transparency issues.

### Example 4

The social-democrats submitted a proposed law that should make it clearer if lobbyist or other interested parties influenced governmental decision making. [...] this improves the transparency and therefore allows politicians, NGO’s and the media to finally improve their oversight on lobbying in general, according to legislative experts. (De Volkskrant, 5 November 2015)

It became also notable that these legalistic legitimation attempts were not only based on the institutional authorization of the (new) law itself, but also leaned heavily on the expertise of the ones responsible for (or close to) legalistic reforms. As the examples below reveal, legalistic legitimation attempts based on legalistic authorization took therefore not only place by the authorizing powers of the law itself, but also draw on specific experts nearby the legislative process in which (apparently) some authorizing powers were vested due to their expertise on lobbying and related legislation.

#### Example 5

Representative member Bouwmeester spent three years investigating lobbying before she started writing the latest imposed lobby legislation. Based on this research, she considers it the responsibility of politicians to open up the often closed and invisible system that the processes around influencing legislators seemed to be. (NOS, 22 December 2015)

Nevertheless, near the end of *phase I* the clear hope to improve lobby regulation, which had a legitimating effect on CPA, was shattered by the deadlock of the new law in parliament. Legalistic legitimation attempts were therefore completely halted in *phase II*. However in *phase III*, after the CPA-controversy that had dominated *phase II* calmed down, an interesting repetition of legalistic authorizations took place. In *phase III*, the evaluation of the latest sudden dividend tax cuts sparked the discussion around the illegitimacy of lobbying again since there (still) wasn't a comprehensive legalistic framework that guided corporate lobby practices in governmental decision making. Especially, the lack of regulation around the question which official document a new cabinet must disclose that explains the reason behind –for example- controversial tax reforms that also most likely would reveal certain corporate lobby patterns, created a line of arguments -expressed by mainly leftist politicians and action groups- that is similar to the earlier used inverse legalistic authorization strategy that also had a delegitimizing effect on CPA as practise. Thus, while in *phase I* CPA was delegitimized due to its faulty legalistic underpinning, in *phase III* the legitimacy of CPA was questioned due to unknown legalistic disclosure norms.

#### Example 6

When the coalition agreement revealed that the new cabinet intended to reform its dividend tax policies, the opposition rightly wanted to know which information led to this decision. However, official government documents did not contain calculations, scenarios or any recommendations. [...] Now, politicians are extremely divided if such document, that previously revealed lobby patterns, can be disclosed. The PM dissents, while the opposition concurs. (Trouw, 6 December 2018)

New proposals to solve this legislative gap were submitted. Therefore, legalistic legitimation attempts based on legalistic authorization became (again) a strategy to legitimize corporate lobbying as a legitimate corporate undertaking since it was (when new legislation passed) a

phenomenon that is bound to clearer and transparent disclosure legislation. I noticed that legalistic authorization (again) was not only based on the authority of the law itself but also on experts close to the legislative process. While in *phase I* representative member Lea Bouwmeester and her colleague Astrid Oosenburg were often used as an authority, in *phase III* this role was given to the chairman of an important constitutional committee.

#### Example 7

The procedure around disclosing official governmental papers around a cabinet formation must change. That will prevent future [lobby] controversies as experienced around the classified papers that entailed the dividend tax cuts and its [corporate] origin. [...] A special legislative committee, chaired by constitutional expert professor Bovend'Eert (Radboud University), also advised parliament to change its method and suggested to introduce a declassification-clause for formation papers to prevent last year's chaos. (NOS, 6 December 2018)

### IV.II.II. Rationalization

Rationalization is legitimation by reference to the utility or function of specific practises (Van Leeuwen, 2007). This legitimation strategy is based on knowledge claims that are socially accepted or -in a given context- are seen as relevant. Therefore, rationalisations are often exerted by forces in which also a certain (institutional) *authority* is vested (Vaara, 2014). Throughout the CPA-contest, the discursive (de)legitimation of CPA was also based on rationalisations. This was predominantly noticeable in two distinct forms: I defined *rationalization* of CPA by *referral to the classic lobby-premise* and *rationalization by referral to a new lobby-premise* as pivotal argumentation strategies. Before elaborating further on both forms, it's important to point out that rationalizations were indeed often backed by authorizations. I saw that during the entire contest, the rationalization of CPA in both forms, was frequently underpinned by explicit referrals to an (institutional) authority. As the following example illustrate, such authorities were often politician (i.e. senator Jorritsma and representative member Bouwmeester) or academics (seated in important governmental committees<sup>29</sup>) that, nevertheless their own authorizing power, mainly contributed to the (de)legitimation of CPA by drawing from rational argumentation patterns.

#### Example 8

There is indeed a considerable amount of lobbyism going on, according to senator Jorritsma [former minister of economic affairs and incumbent senator] but there is no wrongdoing: 'in my opinion there can't be enough lobbyism. Every Representative member of parliament, every Minister or any civil servant must hear all the concerns of every (corporate) party involved'. (Vrij Nederland, 22 December 2017)

At the same time, this is an example of what I define as *rationalization by referral to the classic lobby-premise*. The classic lobby-premise is close to the *democratic assumption*

---

<sup>29</sup> In Dutch: zoals bijvoorbeeld de Sociaal Economische Raad (SER).

because both draw on the assumption that lobbying has an important function within the legislative process and that its utility and lawfulness is irrefutable clear in a democratic society. However, rational argumentation strategies that draw from the classic lobby-premise focus here on the *process* of legitimation, rather than *assuming* its legitimacy based on legislation. Therefore, rationalizations by referral to the classic lobby-premise provide an important sense of CPA-legitimacy during the contest by pointing out the positive impact of corporate assistance during the legislative process itself and therefore on the legal (non-market) environment of the firm. Consequently, this led to a certain maintained legitimation for corporate lobbying during all the phases of the contest since it was understood that CPA is beneficial for the corporate parties involved and therefore eventually for the Dutch society. Interestingly enough, capitalistic and nationalistic discourses seemed to be intertwined within these rationalizations. Because of the dominant position of (global) capitalism (with a focus on a free-market economy and profits) within modern-day society, close relationships between corporate entities and nation states became inevitable, as even leftish politicians had to agree. Therefore, rationalization became, often evoked through nationalistic discourses, the leading argumentation strategy to emphasize the importance (i.e. the ratio) of corporate-political relationships by focusing on the (national) value of these strategic relationships between nation states and MNCs, without missing the –also nationalistic- critical stance towards CPA in general.

#### Example 9

Despite the transparency issues, even representative member Bouwmeester recognize that it is important to involve “corporate experts” -such as lobbyist Henk van Ginkel- within the legislative process in order to improve legislation since legislators does not know everything about a specific branch (i.e. the floral industry) [...] as long as it remains focused on the Netherlands. (Follow The Money, 5 January 2016)

#### Example 10

Healthcare professionals that are getting involved in new healthcare regulation or casino’s that interfere with regulators about gaming deregulation and cabdrivers that (re)discuss the regulatory laws under new competition, will better legislation in the Netherlands and are therefore positive outcomes of lobbying. (NOS, 22 December 2015)

Rationalizations under the classic lobby-premise often draw from an economic perspectives (or free-market economic logic) by emphasising the usefulness of lobbying in contemporary society. This line of argumentation – often expressed by economists- started by pointing out the difficulties that MNCs face in times of harsh competition and political uncertainty that (can) result in significant profit reductions. This was then followed by the rationalisation of CPA by pointing out its utility within this corporate reality, often expressed by lobbyist themselves. For example, by Henk van Ginkel who lobbies on behalf of the Dutch floral

industry (see example 9). Especially, the difficulties that firms face due to their worldwide presence which led to strong competition with firms that also have competitive advantages derived from their native -and therefore often deviating- regulatory frameworks, produced an important line of reasoning in favour of CPA because lobbyism could leverage this playing field. Although rationalizations were present during all the phases of the contest, shortly after the revelation of the assumed lobby pattern of leading Dutch MNCs in *phase II*, lobbyism was not only strongly criticised but also lobby protagonists (mostly well-known economists such as Mathijs Bouman, former politicians such as Jack de Vries and rightwing opinion makers such as *De Telegraaf's* Paul Jansen and Martin Visser) deliberately used this moment for legitimization attempts. To them, lobbyism was still a key (non-market) strategy within this corporate-political force field. Thereby, using reassuring (corporate capitalistic) rationalizations that refer to the classic lobby-premise seemed their way to maintain its legitimization.

#### Example 11

Are nation states becoming puppets of leading MNCs? According to De Vries [Former Secretary of Defence and current communication expert] that will never happen: ‘in the past the Church was the most powerful institution and later in the ’60 and ’70 that shifted towards the government, followed by a shift towards neoliberalism and ‘market thinking’ during the Thatcher administration. However, nowadays consumers and citizens obtained the real power. The dividend crisis proofed that no one –even Shell or Unilever- can buy power here’. (Hp/DeTijd, 17 March 2018)

#### Example 12

The world is not static, but dynamic. Therefore, governments cannot stand still when we face crises such as Brexit or Trump’s corporate tax reductions. Especially in relation to Shell and Unilever who are affected by these events but simultaneous must survive within this through capital dominated world where they face enduring competition from firms that are based in countries with much bigger capital markets, like the US. From an economic perspective it’s not more than logic and right that such MNCs use lobbyism as a tool to better their position. (De Volkskrant, 6 September 2018)

During the height of the CPA-controversy, protagonists increasingly used such rationalizations to counter the heated arguments against corporate lobbyism. Only now, in reaction to (leftwing) antagonistic portrayals of lobbyism as an excess of capitalistic greed, mostly intellectual rightwing opinion makers or former rightwing politicians continued by evoking arguments that counter the antagonists claims by portraying their arguments as typical Dutch irrational behaviour against corporate forces. Especially René Leegte (former liberal rightwing/*VVD* member of parliament and current corporate public affairs strategist) became a notable CPA protagonist.

#### Example 13

In the Netherlands we dislike corporations, according to Leegte, MNCs we find even worse. Interest groups, NGO’s, local governments: everyone is allowed to lobby, except MNCs. ‘Because they have money enough’, is often the leading arguments. And that during times that we should be pleased that MNCs like Shell or

Unilever even want to communicate with our government. How more corporate input politicians receive, the better they are able to make proper national legislation. (Hp/DeTijd, 17 March 2018)

The legitimation affords above were mainly based on the legitimation of lobbying as a *practice* and not necessarily evolved around the legalistic framework that regulates lobbying. However, protagonists also made clear that the legislative transparency wishes –as stated by antagonists- were not only the results of the earlier defined irrational corporate hatred, but are also potentially dangerous. Former politicians that are currently active in the corporate world (such as the well-known former politician and spin-doctor Jack de Vries) expressed their desire to stay dedicated to the *classic lobby-premise* because every change to the known (legal) system could potentially endanger the positive effects of lobbying since it was claimed that its success lies in the trust between corporate and political forces that allowed them to discreetly discuss (in a legal embedded system) legislative changes. Therefore, more openness or transparency around lobbying is unnecessary: the current system works. These rational argumentation strategies formed an important line of reasoning during the discursive legitimation of lobbying that draw from the *classic lobby-premise*.

#### Example 14

[More transparency around lobbying] is only useful if it derives from the guiding principle that some processes still stay invisible under new transparency rules. However, the new rules entail not the proposed necessity of more *checks and balances*, but aim for a totally controlled and bureaucratic order. Therefore the desire of total transparency brings people and society only distress. (Follow The Money, 14 April 2016)

However, this conservative stance towards lobbying formed at the same time the central delegitimation argument since this approach led, as seen during the present CPA contest, also to negative societal effects. Because of these effects antagonists started a (renewed) campaign against lobbying as upheld in its current form based on its presumed utility. Noticeable antagonists were *De Volkskrant's* political/economic opinion maker Sheila Sitalsing and economic scientist Wimar Bolhuis (Leiden University). Based on rationalizations they undermined the earlier legitimation of CPA in two steps: first the utility of CPA in its current form was questioned by arguing if lobbying is even beneficial for others than only *corporate* entities. This also attenuated the main legitimating argument under the *classic lobby-premise*. At the same time, antagonists expressed their preference for a new transparent and more inclusive legalistic framework. In the second step, antagonists draw further on this and used ‘logic’ and ‘rational’ argumentation patterns to come to an updated understanding about the use and utility of lobbying or, as I define it, a new lobby-premise. Below, I will elaborate

further on these steps that led to the discursive legitimation of CPA through *rationalizations* that refer to a new lobby-premise.

Since lobby-antagonist portrayed MNCs as privileged entities that already were given many opportunities in a capitalistic world order, lobbying was rationally delegitimized as a tool that extend the powers of MNCs even more in a deleterious way. They emphasised that common citizens always seems to be disadvantaged after an election in favour of corporate wishes. The main question that antagonists of the classic lobby-premise therefore seemed to have is *who is out there to lobbies for citizens?* The more, when the contest illustrated that key political figures are already “overruled” by corporate forces. Therefore, expressed through humanistic and nationalistic discourses, the classic lobby-premise can no longer legitimate lobbying since its underlying assumption of beneficiality for the entire society seems to be overturned.

#### Example 15

The sudden divided tax cuts also have a symbolic function now. They represent a matter that common citizens already knew very well: corporate parties have through lobbying always a more powerful position to create a better environment for themselves. Because of Bolhuis [auteur of the book *Who lobbies for common citizens?*] our gut feeling is now finally scientifically underpinned. (De Groene Amsterdammer, 17 October 2018)

#### Example 16

Large corporations and MNCs have a lot of influence nowadays. These firms are not only rich and powerful but are also able to afford expensive lobbyist. But the Netherlands as a nation state exists for all of its incumbents not only for corporate entities. (NOS, 22 December 2015)

A perfect illustration of the necessity of a new lobby-premise became visible when during the illustrated contest it became publically known that Shell secretly had funded a scientific research that was used by the PM to underpin the tax reforms. The PM did this without mentioning Shell’s involvement. When this became publically known and when the outcome of this study appeared to be the only one in favour of the tax cuts, a new low under the classic lobby-premise was reached. This led to a consensus that corporate-political ties became far too close under the classic lobby-premise. Legitimation for lobbying seemed therefore only possible under a new lobby-premise that safeguarded the interest of citizens better. A statement that was predominately broad forward by *Lobbywatch*.

#### Example 17

The past months it became clear, through the lobby behind the dividend tax cuts, that corporate entities still have privileged and often invisible ways to reach or convince governmental decision makers. We must not reinforce this behaviour. On the contrary, we should fight it. (Lobbywatch, 5 April 2018)

Thereafter, rationalizations by referral to a new lobby-premise moved further past the delegitimation of lobbying as a *practice* but increasingly focused on these missing legislative

safeguards. As a first step to prevent earlier excesses, antagonists argued (again) for more transparency around corporate lobbying. Transparency allows parliament, the media and citizens to monitor behaviour of the ones in power. In order to achieve this, it must be known what these decisions entailed and which corporate parties were involved. According to antagonists (by now also consisting of independent research platforms such as SOMO and Follow the Money), it is therefore a must to command visibility during the decision making process. This argument often made by prof. Paul Frissen (professor public administration, Tilburg University) formed a crucial part of the new lobby-premise. This goes hand in hand with another often made claim by antagonists of the classic lobby-premise that concentrated more on the legitimacy issues around (global) *capitalism* itself: the destruction of democracies through the enormous power of MNCs, led to the consensus that the lobby power of MNCs needs to be halted and must put back in a framework that safeguard its initial purpose: constructive consultations between corporate and political forces (see examples 9 and 10).

#### Example 18

[The tax cuts] were the results of a persistent and powerful lobby. However, the term ‘‘lobby’’ is maybe outdated by now if we upheld the current system. Maybe we should find another word for ‘‘lobbyism’’ since the old term is no longer explanatory for the fact that CEO’s of leading MNCs are now permanent members at political tables: while seated next to politicians and behind closed doors, are on the highest political level decisions made that affects us all. (SOMO, 1 August 2018)

All in all, *only* derived from a new lobby-premise that is based on a new legislative framework, rationalisations seemed to be able to uphold CPA-legitimacy in modern day society.<sup>30</sup> However, rationalisations under the new lobby-premise did not –unlike legalistic legitimization attempts based on legalistic authorization- plead for an excessive renewed legitimization of CPA: even when an improved legislative framework is in place, rationalists under the new lobby-premise legitimated CPA but seemed to have an increased critical stance towards lobbying.

#### Example 19

To give an insight in agendas of politicians when they meet a lobbyist is a step in the right direction considering the lobby debate. However, transparency is still an illusion because the content of these meetings remain confidential. [...]. So [when it comes to lobbying] it appeared that there is still a lot to gain. (Lobbywatch, 3 June 2018)

---

<sup>30</sup> Again, rationalizations under the new lobby-premise simultaneously appeared to delegitimize lobbying under the classic lobby-premise. As a consequence, figure 3 illustrates both the delegitimation and legitimization of CPA through rationalizations under the new lobby-premise. Data segments are, however, not counted twice but are counted as data segments that include acts of *legitimation* and *delegitimation*.

### IV.II.III. Moralization

I defined moralization as delegitimation through reference to specific societal value systems that provided in -this specific contest- the moral basis for the delegitimation of CPA. Although moralization is closely related to rationalization, since rationalizations are often based on moralities (Vaara et al., 2006), I was able to identify several explicit moralization strategies during the contest. Moralizations resulted, notably exclusive during the second phase of the contest, in a strong delegitimation of corporate lobbyism. Interestingly, these disrupting effects affected (mostly) the legitimacy of CPA under the classic lobby premise, while the legitimating attempts under the new lobby-premise (see rationalization above) were rarely affected by the delegitimizing effects of these moralizations. Therefore, it seems that during the contest the sudden tax reforms gave an interesting opportunity to question the moral basis of “classic” corporate lobbyism. By doing so, the interdiscursive nature of these moralizations became also clear: anti-capitalistic, nationalistic and humanistic discourses were frequently evoked and led to the specific sub-categories within *moralization* as argumentation strategy. For example, since the dividend memo’s revealed the extensive lobby patterns and the influence corporate lobbyist had on governmental decision making, that led to believe that not only private owners dominate the free-market but also governmental decision making (Bourdieu & Wacquant, 2001), anti-capitalistic discourses were evoked to illustrate that this focus on capitalism “in a way that promotes and naturalizes the neoliberal ideology” (Vaara, 2014, p. 505) disrupted democratic processes. Whereby democratic processes are seen as a societal key value. Therefore, *anti-capitalistic moralizations* were used to delegitimize CPA by emphasizing that not capitalism should be the key value system here but the democracy itself, whereby the damaging effects of CPA on democratic processes were often used to address the lack of morality of this non-market strategy. At the same time nationalistic discourses, that focuses on the national interest of one’s own nation as key value system (Vaara et al., 2006), were evoked. These discourses questioned if lobbyism even led to beneficial outcomes for the Dutch society. This narrative was mainly based on the notion that the sudden tax reforms were never publically known before the election and something that is beneficial for a nation state or the national interest shouldn’t be handled as a secret. Or was there something else going on that wasn’t in the national interest? Because of the (neglected) position of the Dutch national interest, within this corporate-political force field, the moral basis of CPA was questioned since the tax cuts indicated that MNCs had –through lobbyism- more influence on national decision making than beneficial for the Dutch society. In doing so,

*nationalistic moralizations* were used to delegitimize CPA. Another question that was raised during the lobby controversy, evoked through more humanistic discourses that prioritize human-social implications as specific value system (Vaara et al., 2006), was if CPA led to a situation where the position of the common (individual) constituent seemed to be systematically overlooked. Legitimacy for corporate political activities was disrupted through these *humanistic moralizations* because CPA was here portrayed as an amoral corporate tool that deliberately neglected the human-social implications of its outcomes. Below, I will continue with a more detailed overview of the most used disrupting moralizations.

*Anti-capitalistic moralizations* were mainly evoked through questions from social democrats, such as Lodewijk Asscher (*PvdA*), that focused on how it was possible that despite the public outrage, the PM only seemed to have reversed the intended tax reforms because Unilever changed their plans. The strong lobby behind the reforms seemed therefore not only to have strongly inflicted democratic decision making during the cabinet formation, but also appeared to be stronger than believes of constituents: only Unilever was able to reverse the tax cuts and not the democratically elected coalition or opposition. The possibility to prioritize these corporate interests –through CPA- over the position of citizens led to a strong negative actor image of the corporate parties involved which evolved in *phase II* into a broader societal outrage toward the position of MNCs within a modern (capitalistic) society in general: was free-market capitalism going too far? Global and corporate capitalistic discourses were here notable intertwined when used vis-à-vis nationalistic discourses. This simultaneously disrupted CPA-legitimacy since this practice was used a corporate mechanism that led to the contested tax reforms in the first place.

#### Example 20

As Lodewijk Asscher (*PvdA*) also pointed out: the one thing that the entire opposition, coalition members of the liberals/*VVD*, average and small entrepreneurs, economists, professors [...] and the public opinion was not able to do, did Unilever in half a day. Interestingly enough, one of the international firms that wanted the reforms in the first place was now the only one able to reverse them. (Trouw, 5 October 2018)

#### Example 21

The obstinate refusal of Rutte to reverse the divided tax cuts is damaging for all the political institutions in this country. It confirms the positions of MNCs and the image that political parties value the interests of MNCs more than the interests of common citizens. (De Volkskrant, 2 September 2018)

The moral basis for CPA-legitimacy seemed to be undermined even stronger when lobbying also seemed to trigger questions around the integrity of politicians: anti-capitalistic moralizations increasingly focused on the narrative of politicians and corporate executives that are closing deals and drinking champagne, while the deal itself stayed hidden for

outsiders. Outsiders who had democratically elected them. Especially, when it was revealed that Eric Wiebes (incumbent Minister of Economic affairs and Climate) before and during the formation, in a different functions and in close relations with Shell, had tried to portrayed the reforms more positively than they eventually would be. Had the Dutch democratically elected a politicians or a Shell consultant? Either way, the lobby in favor of the tax reforms seemed to have continued also from within the political sphere which in itself illegitimated the moral bases of CPA even further.

#### Example 22

Wiebes used this double role in order to let “his” civil servants, who were initially very skeptic about the tax reforms, draw a new memo that portrayed the reforms in a more attractive and positive manner. (De Volkskrant, 25 April 2018)

Anti-capitalistic moralizations also delegitimize corporate lobbying by portraying it not only as a mechanism that controls incumbent politicians, but also as a corporate strategy that focuses on seducing former politicians to do the firms’ “dirty work” (see for example, example 12 on René Leegte, former liberal rightwing/*VVD* member of parliament and current corporate public affairs strategist). Here, moralizations did not only question the lobby patterns, but also illegitimated this “greedy” behavior of former politicians. This was frequently used as an explanation for the enormous amount of “silent work” that takes place in this “through lobbying dominated” political arena. This also thwarts the focus and responsibility that a (former) democratically elected official should have. Therefore, these negative side effects of CPA had also a disrupting effect on CPA-legitimacy.

*Nationalistic moralizations* came up when the dividend memo’s revealed that the tax reforms also affected a deeply sensitive national issue: the restitution of earthquake victims in the northern parts of the Netherlands. It appeared that Shell, who lobbied in favor of the tax reforms and exploiter of the northern oil well, was *asked* -in return for the tax reforms- what they were able to do for the deeply affected northern communities. Besides the fact, according to leftwing politicians as Lodewijk Asscher (*PvdA*) and Jesse Klaver (*Groenlinks*), that the overall moral basis of this deal between Shell-lobbyist and the Dutch government seemed entirely missing since *demanding* by now seemed here more appropriated than *asking*, it also delegitimized CPA in a specific way. CPA was now portrayed as a mechanism that allowed MNCs to negotiate with nation states and downplay their corporate social responsibilities in a way that can deeply harm the national interest. Instead of the national interest, in this case the well-being of the northern communities as key value system, corporate wishes appeared to be more important. Therefore, nationalistic moralizations disrupted CPA-legitimacy by

questioning the moral compass of corporations as well as political figures who engage in a through lobbyism maintained relationship that led to an increased position of MNCs and a decreased position of the national interest. In other words, nationalistic discourses evoked the question why the financial position of Shell was more important than the well-being of thousands of Dutch homeowners affected by the earthquakes. The moral basis of these lobby patterns seemed therefore, since Shell-lobbyist evidently tried to get compensated for the regional harm they engaged in, entirely missing. This resulted in a strong rejection of the classic lobby-premise because lobbyism was now portrayed as a successful mechanism that was used (contrarily to rationalizations under the classic-lobby premise) *against* the national interest and in favor of corporate creed.

### Example 23

A medium of exchange: a piquant detail is that Wiebes saw the dividend tax reforms as a trump card in his negotiations with Shell regarding the oil drillings in Groningen. The “agreements” or “revised arrangements” are related to the decreased oil drillings. That Shell was even able to demand financial compensation [through the dividend tax cuts] for their losses, despite the neglected position of the deprived northern communities, proves the enormous behind the scene influence of these MNCs. (Trouw, 25 April 2018)

Finally, *humanistic moralizations* often combined with a critical stance towards (global) capitalism, also had a delegitimizing effect on CPA. Especially social scientist Peter Giesen and well-known publicists Bas Heijne (then *NRC*) frequently used moralizations that draw from humanistic discourses to question if there is still room for the human or the individual interest during a cabinet formation when CPA now seemly dominates this process. Therefore, through humanistic moralizations -often strengthened by narrativizations- the contemporary governmental decision making process was portrayed as a process that is increasingly approached from an economic or corporate viewpoint where other than corporate interests no longer matter. This was frequently illustrated as the reality within *The Netherlands Inc.*<sup>31</sup> Therefore, by using historic narrativizations, humanistic moralizations disrupted CPA-legitimacy by portraying it as a tool that increased the “corporate mindset” and ignores the “true” purpose of a nation state: defending human interests. Lobbyism was therefore, following this narrative, portrayed as an anti-social and morally wrong activity.

### Example 24

The lobby around the dividend tax cuts show us that we live in The Netherlands Inc. A country traditionally amoral when it comes to business –since the golden age we prefer to sell weapons to two battling nations in order to always have a sales market. But when politicians argue that we are foremost a nation of common human values, they cannot ignore their own behavior that lately exclusively concentrates on The Netherlands Inc. We can no longer ignore this amorality. (NRC, 11 November 2017)

---

<sup>31</sup> In Dutch: *De BV Nederland*.

#### Example 25

Since 1848 church and state are separated. Right now we need a separation between the state and corporate entities. We need to do this in order to stop the increasingly moral decay when politicians are charmed by individualistic corporate interests: we must be able to stop situations like the dividend-lobby in the future. (NRC, 19 October 2018)

#### IV.II.IV. Discursive Antagonism

Despite the overall use of strong language during the CPA delegitimation process, the dispute took a noticeable “darker” turn in the second phase. The *enmity* or strategic *antagonism* between CPA antagonist (by now most notable in the form of opinion makers such as Sheila Sitalsing and Bas Heine and leftwing politicians such as Lodewijk Asscher), CPA-users or corporate-political defenders of lobbyisme (most notable in the form of leading business executives such as Paul Polman and former politicians-turned-lobbyist such as Jack de Vries and René Leegte) exceeded even beyond any existing definition of Van Leeuwen’s (2007) original *grammar of legitimation*. However, Luyckx & Janssens (2016, p. 1604) defined *legitimation through discursive antagonism* as the way through which “The Economist constructed a positive actor image of MNCs that was the opposite of the race to the bottom arguments, as well as a negative actor image of the critics that undermined their credibility.” Although, Luyckx & Janssens (2016, p. 1602) never named it as a (de)legitimation strategy, during the present CPA contest I saw it used in its own delegitimizing way: through discursive antagonism a negative actor image of politicians and corporations that engage in CPA was construed, as well as a positive actor image of critics that undermined CPA-legitimacy. While often relying on authorizations, rationalizations and moralizations, I could define discursive antagonism as an important argumentation strategy during the delegitimation of CPA since this direct adversity towards corporate-political parties that maintain corporate-political relations resulted in a more indirect disruption of CPA-legitimacy because engaging in this practice caused so much animosity that the practice *itself* must be, based on a variety of reasons, (rational or morally) wrong. I was able to define such delegitimizing acts in two distinct forms: the enmity against politicians engaging in CPA was captured under *political discursive antagonism* while MNCs are criticized in argumentation strategies that I capture under *corporate discursive antagonism*. Nationalistic and (corporate) capitalistic discourses were particular salient within the discursive (de)legitimation strategies of political and corporate discursive antagonism: while at the same time MNCs (i.e. Unilever and Shell) were portrayed as entities that through corporate political activities deployed their opportunities within a free-market and capitalistic world order, this narrative also led to a clash between those opportunities and nationalistic feelings of incumbents that perceive CPA

as an attack on their democratic rights, customs or the sovereignty of their nation state. This formed the basis of a strong antagonism towards the corporate entities that exerted these powers and the governmental institutions that granted certain corporate wishes.

Especially *political discursive antagonism* was expressed through often nationalistic discourse types, that sometimes were characterized by expressions of banal nationalism (Billig, 1995). Through these discourses, the political stance during the cabinet formation was portrayed as the start of a new form of politics: a nation state that is governed through a partnership between MNCs (i.e. Unilever and Shell) and political parties that rule in order to look after corporate interests. Politicians were portrayed as the ones that treat corporate parties as mutual friends and, in order to maintain this relation, purposely neglected the national interest. In that light, a strong narrative also involved the way politicians communicated during the presentation of the tax reforms and the information they gave during the contest itself. As if political figures –like Rutte, Wiebes and Hoekstra- were personally the ones to blame for the overall shady nature of CPA, they were portrayed as key people that purposely mislead the public since they were, indeed, constantly in touch with corporate parties. The role of *corporate parties* in maintaining close corporate-political relations (through CPA) was thereby at the start of *phase II* often completely neglected: politicians were the ones that engage in this controversial practice and CPA was therefore portrayed as solely *their* responsibility. On the other hand, leftwing politicians that opposed the tax cuts were also seen as the ones that were able to see the true (harming) nature of CPA. Nationalistic discourses were particular notable when even a typical rightwing/nationalistic media outlet –the Dutch daily newspaper *The Telegraaf*- published an article that included contributions of ten leading scientists that all branded the tax reforms and the political justifications of it as complete nonsense (De Telegraaf, 8 November 2017). This had a strong delegitimation effect on the tax reforms itself and the origin of the plans since it was carried out by apparent “biased” and “shady” politicians. The scientists, however, were portrayed as the ones that truly understood what happened. This animosity towards politicians illuminated the following disrupting effects political discursive antagonism had on CPA-legitimacy: CPA was seen as a *tool* deliberately used by *politicians* that forced them to (deliberately) undermine national interests in order to please MNCs or as a *personal tool* to advance or secure their own (post political) career. These thoughts had a strong delegitimizing effect on the use of CPA and on corporate lobbyism in general.

#### Example 26

On behalf of whom is former Unilever employee Mark Rutte thinking he can govern this country? On behalf of the 17 million Dutch citizens or on behalf of his former employer? Or is this submissive attitude towards Paul Polman part of his own return strategy to a renewed corporate career? (De Volkskrant, 9 September 2018)

#### Example 27

Rutte changed the Netherlands into a “*corpocratie*”, where MNCs can use their influence to lower corporate taxes. Rutte is therefore not fighting for the working class but for the interests of the old boys’ network. (FTM, 26 June 2018)

Besides the overall increasing antagonism toward “naïf politicians that are fooled by corporate lobbyism”, which disrupted CPA-legitimacy by portraying corporate lobbyism as a “wolf in sheep clothes”, the animosity towards politicians engaged in CPA reached its peak when government officials released documents that should clarify the origin of the dividend tax cuts. However, government officials had “blacked out” a considerable amount of pages. This led to wild speculations about what was really discussed. The animosity towards the involved politicians disrupted, through political discursive antagonism, CPA-legitimacy even further since it seemed to act as a catalyst that resulted in increasingly dishonest governments.

#### Example 28

Page after page is black. Every essential information is deliberately blacked out. Not only are all the names, but also the arguments between state departments regarding Paul Polman’s wishes and possible gifts from our government unreadable. [...] The story of a corporate bribe. Welcome to Mark Rutte’s vision of the Netherlands. (De Groene Amsterdammer, 26 June 2018)

#### Example 29

Those corporate-political relationships are going further than classic lobbyism. [...] What we are witnessing here is a structural partnership. That allowed MNCs to play –behind the scenes- an important role in developing new policies. (Follow The Money, 29 August 2018)

Interestingly, political discursive antagonism was a notable dominant delegitimation strategy (see table 3 and figure 3). This indicates that CPA led to a strong negative actor image of politicians that engage in corporate lobbyism. I will elaborate further on this finding and its societal implications in chapter V.

*Corporate discursive antagonism* was –in comparison to political discursive antagonism- not a particular dominant delegitimation strategy in *phase II*. However, this slightly changed at the end of *phase II* when it became clear that leading Dutch MNCs not only worked closely with political “partners” but also in close collaboration to (economic) scientists. When Shell funded the only positive study in favor of dividend cuts and deliberately withhold their “influence”, the animosity towards MNCs increased since corporate parties now also used science for solely (capitalistic) lobby purposes. CPA was therefore (indirectly) delegitimized, now as a *corporate tool*, since it not only (negatively) affected governmental decision making but it also led to MNCs that “smear” science all in order to deploy an

effective corporate lobby. However, the strongest corporate discursive antagonism was experienced when the “deceitful” lobby by Unilever eventually did not lead to an improvement of the promised Dutch business climate: when Paul Polman announced that Unilever was not moving to Rotterdam because shareholders raised concerns regarding the stability of the reforms and the “deal” fell apart, the reaction of Polman himself seemed to disrupt CPA-legitimacy even further.

#### Example 30

That we have a parliamentary democracy that entails an opposition, is something that Polman (unsurprisingly) finds annoying. [Polman states in *AD*:] “If there is an opposition that says that they will reverse all the reforms when they are elected, that isn’t helping. I shouldn’t have to explain myself. Why should I have to explain that!?” (De Volkskrant, 25 November 2018)

#### Example 31

Polman was not able to understand the Dutch objections and protests after the initial tax reforms that would cost the Dutch €2 billion in tax earnings. Money that went straight to foreign shareholders instead. The “Bono of the corporate world” turned out to be nothing then a sore loser. (*AD*, 29 November 2018)

It became clear that somehow along the way, Polman had lost touch with the real world that existed next to his apparent “corporate-political bubble”. This negative actor image of someone who uses CPA not to better the overall business climate but to enrich its own corporation -that had an overall detrimental effect on corporate-political relationships- had also an overall delegitimation effect on CPA-legitimacy: this anger, as captured in corporate discursive antagonism, delegitimized CPA since it portrayed lobbyism as a *tool for out of touch capitalistic CEOs* that in their arrogance think they can take over governmental decision making for their own corporate agenda. Therefore, CPA seemed to be used by corporations that see society as a corporate playing field instead of a global community that made their existence possible. Well-known opinion makers such as Sheila Sitalsing (*De Volkskrant*) and Bas Heijne (then *NRC*) were, on the contrary, (implicitly) praised for the way they seemed to predict and illustrate this “true” corporate behavior as expressed by Polman (as cited in example 30 and 31) during his “*landslide*” *AD* interview.

#### IV.II.V. Narrativization

Following Van Leeuwen (2007), I defined mythopoesis as legitimation through narratives. Mythopoesis is used, in a discursive approach, for “constructing *narrative structures* to indicate how the issues in question relates to the past or the future” (Vaara & Tienari, 2008, p. 988), “that can also involve some forms that are not narratives in their strictest [mythopoetic] pre-genre or genre sense” (Vaara et al., 2006, p. 802). In earlier discursive work this meant that through the use of storytelling or *narrativization* a sense of

(un)acceptability or (in)appropriateness was created for (de)legitimation purposes (i.e. Vaara & Tienari, 2008; Vaara et al., 2006). During the present CPA-contest, such delegitimizing narrativizations were also visible. A dominant narrative was the use of (*imaginary*) *nightmare scenarios* regarding CPA as part of past or future projections (Vaara, 2014; Fairclough & Thomas, 2004). Thereby, projections were notable often described in a “dramatic” way (Vaara et al., 2006). Within these nightmare scenarios, I was able to distinguish two specific narrative structures that had a strong delegitimizing effect on CPA-legitimacy: (*dramatic*) *democratic narrativization* and (*dramatic*) *political narrativization*. The first entails narratives that focus on the negative democratic implications of lobbyism, while the latter consists of narratives that involve around politicians (such as the PM) or political institutions (such as the European Commission) that are negatively affected by CPA.

To make the nightmare of CPA within a democracy and its *undemocratic* side effects clear, CPA was portrayed throughout the contest as the centre figure in a soap opera around democracy or vulnerable democratic values. This soap evolved around the danger and slyness of CPA, with corporate lobbyism as the *ultimate villain*. CPA was thereby portrayed as a crafty creature that despite numerous debates on democratic improvements stayed out of sight: while media attention was often drawn to democratic initiatives as a referendum, the undemocratic effects of CPA received notable less attention. In that light, the present CPA contest was therefore used as a “first” attempt to change that. To strengthen this message, lobby antagonists (most notable in the form of independent research platforms such as *Follow the Money* and *SOMO*) described the tax reforms in rather dramatic terms as a corporate-political “sage”, democratic “disgrace” or corporate “blackmail”. These terms were also used when a deeper problem arose: *democratic* elected politicians appeared to work under such pressure that they perceive lobbyist (when they helped writing amendments) rather as a “life saviour” than a danger, proofing the crafty nature of lobbyism. Illustrative was thereby the use of a noticeable historical dimension: Adam Smith was more than once mentioned as a prophetic cast member that already had warned for the true intentions of corporate parties. For example, in *phase III Trouw* (25-04-2019) headlined “As Adam Smith already wrote: politicians should not listen to corporations”<sup>32</sup>. Also in *phase I*, his words were (already) used in new scripts of lobby antagonists, as the narrative in the example below corresponds in a

---

<sup>32</sup> See Appendix B or <https://beta.trouw.nl/opinie/adam-smith-schreef-het-al-politici-moeten-niet-naar-bedrijven-luisteren~bf7ab3c1/>. Published on 25-04-2019, retrieved on 12-06-2019.

remarkable similar way with Smith's message *on private parties in the public policy debate*, as quoted on page 6 of this thesis.

#### Example 32

Corporate parties often meet politicians. They talk with each other about new legislation, supposedly to prevent *blatant* reforms. Meanwhile, they are truly there to steer legislation in their desired direction. This process is always out of the public eye. However, sometimes lobbying becomes the centre star. And when it does, quickly the rooms fill with a *malicious* smell of undemocratic handshakes [in Dutch: *handjeklap*]. (De Volkskrant, 5 November 2015)

During *phase II* and *III*, the delegitimation of CPA through democratic narrativizations continued in even stronger forms. Corporate lobbying was now portrayed as an evil creation of neoliberalism that held democracy *hostage* since corporate parties seemed to have a bigger influence on the PM than his constituents. This storyline started when the PM kept defending the reforms despite strong disapproving reactions from all sides of the political spectrum. The PM repeated in every debate that he was acting in the best interest of the Dutch business climate: a promise made to his constituents prior to the elections. However, it became every day clearer that the main reason for the reforms were the "leave" threats of Paul Polman (then CEO Unilever). Expressed through creative democratic narrativizations (see for example, example 33 by Sheila Sitalsing), the main consensus was that by means of corporate lobbying, corporate entities were able to control democratic processes: during the contest it seemed that the PM had no other choice than to concede and grant the corporate wishes against all (humanistic and nationalistic) discourses. This resulted in an unprecedented disapproval of CPA, expressed through powerful illustrations of its impact on democratic processes as well as its impact on the trust in the democracy itself.

#### Example 33

For years she was his favourite. Her name was called in numerous debates and every time in a respectful way. She was commonly known as the Dutch business climate and was in all her importance treated with the utmost respect. Only later, she found out that this time [during the dividend reforms] it was not about her at all. He did it only for Paul Polman and Unilever. With her it had nothing to do. The pain of the betrayal was horrific. She was left deeply hurt. [...] When Unilever decided eventually to betray him, she felt a sense of democratic justice. (De Volkskrant, 17 March 2019)

#### Example 34

Established political parties tell the people that they can go to sleep peacefully. Because they will take responsibility. Because they will govern. Because they will do it for us and act normal. Because the growing distance between citizens and politicians is only there because of "the wrong side of populism". However, when politicians act this way [like they did during the formation] you don't have to be a *foaming and raging* populist in order to lose confidence in the establishment. When democratically elected politicians act this way, they don't even deserve our trust. (HP/DeTijd, 21 April 2018)

Nevertheless, during the height of the dividend crisis in *phase II*, the King's Speech at the 2018 state opening of parliament (Prince's Day) marked a new height during the

delegitimation of CPA through democratic narrativizations. When the King named the dividend cuts -or the ‘‘D-word’’- on the day that is often revered to as the ‘‘annual celebration of the Dutch democracy’’, it led to new soap opera like narratives underpinned through nationalistic discourses. This day was viewed as the moment corporate wishes had entered (undemocratically) the *heart* of democracy and now even ‘‘touched’’ the King: an absolute nightmare or low point. Before the King’s Speech, concerns were raised that because of hidden CPA patterns, the trust in democracy will decrease to dangerously low levels that can trigger an increased popularity of populist parties (see example 34). However, after the King’s Speech this stream gained even more attention since the ‘‘long arms of corporate entities’’ and the powerful relationships between corporate and political forces became (now) nationwide clear due to the live broadcasting of the state opening.

#### Example 35

Because gaining back political power and decreasing corporate influence is unbelievably important for the stability of western democracies. And as it appeared [since Prince’s Day], also for our democracy. (NRC, 15 September 2018)

Besides the negative effect of democratic narrativizations, the delegitimation of CPA through *political narrativizations* also had a disrupting effect on CPA-legitimacy. As example 34 already lightly introduced, the controlling effect that corporate lobbyism had on the one’s that represent the democracy, the politicians and political institutions, formed another important delegitimizing narrative. Again, by means of nightmare scenarios lobbyism was portrayed as an evil creature that had the unique ability to *control* politicians and undermine the sovereignty of a nation state. The direct influence that MNCs had -through lobbyism- on in its essence political decisions, created a widespread disapproval of lobbyism. This was discursively expressed by mocking the politicians that were ‘‘fooled’’ by this nightmare practice and ‘‘yield’’ for corporate interests (see also political discursive antagonism). Political narrativizations portrayed CPA therefore as a fearful and undesirable practice since it clearly undermined political stability and used politicians solely for their own corporate wellbeing. This nightmare scenario continued when, after an intense lobby, it was for ‘‘them’’ no problem to publically humiliate *their* political ‘‘marionettes’’ when they changed their mind.

#### Example 36

Come and see, come and see! The undoing of the dividend tax reforms! A circus full of breathtaking tricks that started during the formation when the *VVD* was forced to plug this idea in the coalition agreement. But after Mark Rutte lost all his political capital to make Unilever feel at home, the PM was dumped by one single text message: ‘‘sorry, we are not moving to Rotterdam’’. (Trouw, 17 October 2018)

Meanwhile, the nightmare or “saga” continued when documents were released that suggested that state departments were not unanimous in favor of the tax reforms. During a theatrical illustration of these disagreements, a more serious allegation arose: one state department that was in favor of the tax cuts was led by a former Shell employee. This triggered the question if the detected lobby patterns were only the beginning of corporate influence. Only this assumption was enough to further delegitimize every corporate-political relationship. Eventually, during the height of the contest in *phase II* the delegitimation of CPA through political narrativizations reached its peak when the lobby patterns around the tax reforms were all made visible. Thereafter, CPA became –again- the central team in (imaginary) nightmare scenarios that evolved around one question: where does lobbying eventually lead to? Again, historical loaded narratives were used to illustrate the political consequences of CPA: lobbying was portrayed as a creature that is always present at the start of every apocalyptic political crisis. In (liberal-capitalistic) western democracies, and especially within the European Union. CPA was now viewed as the start of all evil. By reference to (imaginary) nightmare scenario, for example by reference to the race-to-the-bottom argument or the rise of populism, CPA-legitimacy seemed to have reached through delegitimizing political narrativizations a new low point.

#### Example 37

What will happen when they are able to get an even higher tax reduction from another country? Just because they can, just because they are allowed to try? What would Rutte then do? A political climate that focused on “every one for themselves” results in excessive profits for the few. Not the many. We all know how that ended [in 2008]. And we are still paying the price for that. (NRC, 15 November 2017)

#### Example 38

“Brussels” is for many an unreachable and incomprehensible European stronghold, where lobbyist can do whatever they want. Due to the increase in populist parties across the European continent, we are painfully aware of this image. However, we are barely able to change this and allow a fully transparent political process to arise. (De Groene Amsterdammer, 6 February 2019)

Important to emphasize is that narrativizations often (also notable in the form of democratic or political narrativizations) supported the other legitimization strategies that I discussed in this finding section. Therefore, narrativizations provided in the present study an overall “supportive frame” (Vaara et al., 2006, p. 804) during the discursive (de)legitimation of CPA. In the next chapter, I will reflect on the findings above and thereby elaborate on the specific contributions the present study made to organization studies. Thereby, I use the closer assessment of these (de)legitimizing results to elaborate and reflect on the corporate responsibilities of MNCs that engage in corporate political activities. Also, I will briefly discuss the managerial implications the study brought forward.

## V. Discussion: reflecting on discursive (de)legitimation

### V.I. Contributions to organization studies

Despite the central role of legitimacy in traditional management studies (e.g. Suddaby et al., 2017; Deephouse, 1996; Suchman, 1995; Kostova & Zaheer, 1995; Ashforth & Gibbs, 1990) and the pivotal role of legitimacy in the more recent discursive tradition (e.g. Luyckx & Janssens, 2016; Joutsenvirta & Vaara, 2015; Vaara, 2014; Zhu & McKenna, 2012; Joutsenvirta & Vaara, 2009; Vaara & Tienari, 2008), in the empirical context of CPA it has received only limited theoretical attention (e.g. Den Hond et al., 2014; Scherer et al., 2013) or is only briefly mentioned (e.g. Favotto & Kollman, 2019). Also the *legitimation* of corporate political activities is in the discursive stream, considering the overall lack of interest for *non-market strategizing*, completely neglected. Thereby, scholarly attention for the *political responsibilities* of MNCs, defined as corporate political responsibilities (CPR), is still scarce (e.g. Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018). Therefore, considering my findings that are discussed in the previous chapter, the present study makes the following specific -often interrelated- contributions to organization studies. I will further elaborate on each of them below.

### V.I.I. Contributions to discursive legitimation and legitimacy literature

To my best knowledge, this is the first in-depth attempt to outline how, by means of discursive legitimation, CPA is (de)legitimized. In order to do so, I viewed CPA-legitimacy not as a state of equilibrium (i.e. the democratic assumption) but as a concept that is subdued to negotiations, that is repeatedly build up and broken down. In order to better understand CPA controversies in contemporary society and to make a theoretical contribution to research on discursive legitimation, I viewed legitimacy not as an *outcome*. Instead, I focused on the ongoing *process* of legitimation itself (Suddaby et al., 2017). Therefore, since it was prior to this study unknown how subtle meaning-making processes and micro-level discursive elements played a role in disrupting or maintaining CPA-legitimacy, this study contributes to our understanding of the legitimation of CPA in particular and to the discursive (de)legitimation of non-market strategies more generally. This resulted in the following pivotal discursive legitimation strategies: inverse legalistic *authorization*, legalistic legitimation attempts based on legalistic *authorization*, *rationalization* by referral to the classic or new lobby-premise, anti-capitalistic, nationalistic or humanistic *moralization* of the lobby-premise, corporate or political *discursive antagonism* and (dramatic) democratic or

political *narrativization*. Thereby, this study complements discursive studies by elucidating the specific interdiscursive and ideological underpinnings concerning the *legitimation* of CPA and how they are used in specific (de)legitimation strategies. In doing so, my findings demonstrate the central role of discursive strategies as *authorization*, *rationalization*, *moralization*, and *narrativization* (Van Leeuwen, 2007) ‘‘as concrete means through which controversial actions are legitimated in the MNC context’’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 991). However, since I used Van Leeuwen’s (2007) grammar of legitimation during my empirical analysis as a starting point, I was able to make specific complementary extensions to Van Leeuwen’s (2007) pioneering work. As the findings demonstrate, I distinguished specific sub-categories of *moralizations* and added *discursive antagonism* as a vocal discursive delegitimation strategy. Because ‘‘paying attention to these textual strategies is important since it allows us to see how senses of legitimacy are created and manipulated at the *textual* level context’’ (Vaara & Tienari, 2008, p. 991), I think that by doing so my findings confirm the central role (media) texts play within (de)legitimation process of contemporary phenomena. Overall, I argue that the discursive approach of the study therefore contributes to the discussion around organizational legitimacy (Suchman, 1995) more generally.

### V.I.II. Contributions to CPA literature

As said, although CPA-legitimacy has received some scholarly attention (e.g. Den Hond et al., 2014; Favotto & Kollman, 2019), no attention has been paid regarding the specific process through which CPA is (de)legitimized as significant contemporary phenomenon. Before, CPA-legitimacy was *presumed* my means of the democratic assumption (Friedman, 1970). Therefore, this study also complements the CPA literature by opting for a discursive approach that allowed a first in-depth research regarding how CPA is legitimated outside a theoretical vacuum. Thereby, earlier research on CPA focused, for example, on *publically available data* (i.e. government-reports or firm’ specific CSR-reports) to identify the corporate political strategies major corporate actors use to influence public (health) policies (Favotto & Kollman, 2019; Mialon & Mialon, 2018) or searched for the drivers, organizational implications and outcomes of CPA in general (Puck et al., 2018). Thereby, to my best knowledge, no in-depth attention has been paid on how the *media* ‘‘as a sense making and legitimation arena’’ (Vaara et al., 2006, p. 806) affected CPA. Therefore this study contributes to the CPA literature since my critical discursive analysis (CDA) elucidates and ‘‘helps to understand the role of the media in the complex production, transmission and consumption processes that create senses of legitimacy/illegitimacy’’ (Vaara et al., 2006, p. 806) concerning corporate political

activities. More precise, my analysis reveals the specific characteristics of the crisis and thereby complements our understanding of how the Dutch society made sense of it. In doing so, my findings also increase our understanding of the crucial role the media and mass media articles (as a form of publically available data) play in the societal sense making of corporate-political relations and in –consequently- portraying the public reaction to such controversial events. In doing so, this study contributes to the particular knowledge concerning the use of CPA as political non-market strategy and to lobbying as organizational phenomena more generally.

Thereby, my findings complement the research on the drivers and organizational implications of CPA (e.g. Puck et al., 2018) by elucidating the pivotal role *legitimacy* plays regarding the outcomes and results of CPA. As it became clear during the contest, the dividend tax cuts were eventually halted because Unilever’s shareholders raised their concerns: considering the broad societal outrage that (mostly) originated from the discovered lobby patterns, the stability and feasibility of the tax reforms -as part of an improved business climate- became questionable (see example 30 and 31). In other words, the strong delegitimizing results regarding the origin of the tax cuts –the strong corporate lobby- resulted eventually in a negative outcome for Unilever: due to the broad societal outrage and delegitimation of CPA, the intended tax cuts were halted because of Unilever’s internal struggles that resonated directly from the delegitimation of (their) corporate political activities. Therefore, the clear lack of CPA-legitimacy had an adverse effect on the outcome of CPA because it eventually (when Unilever decided not to move to Rotterdam considering the contest) halted the intended tax reforms. Thereby, the clear lack of CPA-legitimacy had also an indirect negative impact on the *tax reform* itself. The importance of legitimacy for successful (non)-market strategizing became therefore during the contest irrefutably clear (see also Zhu & McKenna, 2012, for a similar finding regarding a contested M&A-deal). I will elaborate further on this finding when I address (in paragraph V.II.) the managerial implications of the present study.

### V.I.III. Contributions to literature on responsible corporate behavior

My findings also elucidated the various deep socio-political or societal implications the CPA crisis had on Dutch society. Therefore, I argue that my findings also entail some wider moral implications. Since legitimacy, as a central construct within the discursive tradition, is closely related to CSR (Puck et al., 2018; Den Hond et al., 2014) and CSR is often the catalyst of any scholarly attention into the social construction of senses of (il)legitimacy (i.e. Joutsenvirta &

Vaara, 2009; Vaara & Tienari, 2008;), I therefore use the closer assessment of my findings to illustrate how the present CPA study also contributes to the literature on responsible corporate behavior.

My findings elucidated that for example, besides the overall discursive delegitimation of CPA (see table 3 and figure 3), an only relatively mild and short-term form of *corporate* antagonism became visible: as earlier discussed, the CPA controversy predominantly led to *political* discursive antagonism (32 vs. 67), meaning that when a MNCs engages in CPA the negative (disrupting) effects of this non-market strategy are mostly directly assigned towards politicians that had “to deal” with the corporate wishes. Thereby, although the senders –the corporate entities- were evidently also negatively affected by engaging in CPA (see *corporate discursive antagonism* and *narrativizations*), the *antagonism* towards politicians and strong *political/democratic narrativizations* had an increasingly more hostile effect on the portrayal of politicians than that they resulted in a further “incrimination” of MNCs. Therefore, the societal outrage that erupts when lobby patterns become public seemed to have a far deeper impact on (the trust in) governmental institutions while it has a far less negative effect on (the trust in) the involved MNCs themselves. As my findings illustrate, this is even the case when MNCs explicitly use the “threat of not investing” that is considered the most important form of “corporate power” in this area of globalization (Beck, 2008). Thereby, as discussed earlier, it became clear that the dividend tax cuts were cancelled because of the through CPA dominated origin. Therefore, this case made clear that when lobbying is exposed, it can counter its effectiveness. This motivates to strengthen the hidden and confidential nature of political non-market strategies even more. Therefore, in order to optimize the minimization of corporate backlash, the case of the 2017 cabinet formation proved that it appeared to be increasingly important to keep lobbying out of the public eye. Furthermore, as the height of the controversy in *phase II* indicates, *discursive antagonism*, *moralizations* and *narrativizations* had a strong delegitimation effect on CPA-legitimacy. However, as soon as the tax reforms were canceled a deeper societal discussion around the concept of CPA *itself* (in *phase III*) never had a deep impact on CPA-legitimacy.

All in all, considering the (1) overall delegitimation of CPA during the contest, (2) the intense political antagonism therein and its related societal implications, (3) the beneficial discrete nature, and (4) the only short-term disruption of CPA-legitimacy makes CPA a controversial but at the same time worrisome robust non-market strategy. However, it becomes questionable if it is –considering the above- still *responsible* to use CPA in the illustrated way since one could detect an imbalance between the use of CPA as political non-

market strategies and the corporate social responsibilities (CSR) the same firms often *pretend* to acknowledge (Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018; Néron, 2016). Since CSR is often defined as a self-regulating business model that is *conscious* to the kind of impact a firm has on *all* aspects of society (Chen, 2020), I believe that this therefore not only must include an assessment of a firms' impact on economic, social or environmental aspects, but also should include its *political* impact since politics is not just a part of society, it *defines* society (see also Lyon & Delmas, 2018). The strong delegitimation of CPA (see table 3 and figure 3) and its overall societal impact indicates to me that the use of CPA is no longer "conscious" or even ethical (Néron, 2016). Therefore, considering the four aforementioned findings of my study, these findings can be used to illustrate the *need* for more societal and scholarly attention for the *political responsibilities* of MNCs (i.e. CPR), as an increasingly important but often overlooked or neglected dimension of (political) CSR (Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018). As Lyon et al. (2018, p. 15) states "to become more meaningful, CSR needs to be reinvented and expanded to include a more holistic understanding of the firms' full impact on the social and natural world." Therefore, I argue that a firms' political non-market strategy can only be in alignment with its corporate social responsibility as it is also in alignment with guiding corporate *political* responsibilities (CPR) that should become –given the significance of the crisis and the various social-political and societal implications the present study illustrates- a more essential and publicly debated dimension of a firms' overall CSR efforts.<sup>33</sup> A socio-political alignment between CPA and corporate social responsibility (CSR) can therefore be created by incorporating the notion of CPR into political non-market strategizing. Therefore I argue that CPA can't longer go without CPR and, therefore, CSR should not go without CPR (Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018).

Néron (2016) made an important step in this direction by advocating for a rethinking of CPA-ethics. He proposed three different strategies to criticize and object to current corporate-political relationships. His strategies are: the "egalitarian" strategy, the "corporate citizenship" strategy, and the "market failures" strategy (Néron, 2016, p. 715). Néron (2016) uses all three strategies to build further on *the market failure approach* as an ultimate CPA reflecting mechanism. The overall claim of this approach is that although corporations engage in lobby practices, "the idea that corporations have a license to operate [in the private sector] considerably limits their right to engage in political activities" (Néron, 2016, p. 715).

---

<sup>33</sup> Evidently, the same implies for the more extreme forms of governmental relations such as political CSR (Shirodkar et al., 2018; Frynas & Stephens, 2015; Scherer & Palazzo, 2011; Matten & Crane, 2005).

Although I completely agree with Néron (2016) on this matter and that this corporate license in combination with powerful corporate-political relationship can negatively affect “pareto-efficiency” for others than the corporation itself (Néron, 2016, p. 724), resulting in too powerful MNCs, I argue that Néron’s (2016) notion that corporations will halt their political activities out of themselves seems not presumable. Thereby, as Favotto & Kollman (2019) argue, this voluntary surrender of lobby “rights”, is given the robust nature of political non-market strategies also highly unlikely and (voluntary) improvements regarding transparency issues appeared to be largely ceremonial. I believe, in line with Favotto & Kollman (2019), that corporations are only willing to change their standard practices if there is a strong incentive to do so. Therefore I would like to, considering the outcomes of my discursive analysis, to advocate for a *corporate political responsibility-movement*, defined as a “coalitions that engage in sustained action to promote ideas and preferences for changing prominent social, cultural and business practices” (Georgallis, 2017, p. 736). I advocate for this movement not only because CPA as political non-market strategies appeared to be robust and stricter or voluntary regulation regarding lobbyism are seen as not realistic (Favotto & Kollman, 2019; Lock & Seele, 2016; see also the failed lobby-paragraph in *phase I* and *III* of the contest), but also as a first step into true sustainable economic growth considering that “compared to a companies’ effort to green their operations, corporate political actions such as lobbying or campaign funding can have more influence on environmental protection, and arguably represent the greatest impact a company can have on protecting -or harming- the environment” (Lyon et al., 2018, p. 4). When the public makes clear that lobby patterns -that have a sole purpose of hindering sustainable legislation- is no longer accepted, just like it did at the beginning of the CSR-movement (Weber & Soderstrom, 2012), this may change some corporate behavior for the better.

Although Lyon et al. (2018) and Néron (2016) had a forward-looking outtake on CPA and CPR, and Lyon et al. (2018, p. 1) even advocates “that firms must become as transparent about their corporate *political* responsibility as their corporate *social* responsibility”, I would like to elaborate on two underexposed matters. Firstly, I hope that a CPR-movement has the same *forcing* nature as many outlooks on CSR have. This less voluntary outlook on Néron’s (2016) market failure approach contributes, in my opinion, more effectively to a renewed balance between CPA, CSR and non-market ethics. Secondly, Lyon et al. (2018) mainly advocate for an incorporation of CPR into the CSR literature since corporate lobbyism is still the largest catalyst of harmful *environmental* regulation. As a clear example of an initiative that is in line with a firms (renewed) political responsibility, they use *The Prince of Wales*

*Corporate Leaders Group* that “brings together a group of large multinational firms including Unilever [...] to press for stronger public action on climate change” (Lyon et al., 2018, p. 5). However, I would like to advocate that CPR goes *beyond* only a sustainable environmental-lobby pattern: as the central case in this thesis highlights the tax cuts that were predominately demand by -interestingly enough- Unilever’s CEO Polman himself, a sustainable corporate-political stance cannot ignore such “threats” (Beck, 2008) for changes in non-environmental regulations. Therefore, an evaluation of a firms’ sustainable corporate political activities –as part of its overall corporate social responsibility- should therefore entail an assessment of the firms’ corporate *non-environmental* responsibility as well as the firms’ corporate *environmental* responsibility. Only then, a true corporate responsible outlook on corporate-political relationships can emerge that creates an alignment between political non-market strategies and CSR. In the case of Unilever, this should result in a fully transparent (and then *legitimate*) tax-lobby in order to be fully compliant to new non-market ethics as part of a wider strong societal demand for socio-political sustainability. That can, considering the outcome of the present lobby contest, simultaneously increase its effectiveness.

## **V.II. Managerial implications**

Although this thesis is primarily written with the focus on complementing organizational studies, my findings and the above described contributions also entail three specific managerial implications. Below, I will briefly address them.

First, the (de)legitimation strategies elucidate how CPA-legitimacy is maintained or disrupted during the contest. This can also be used for strategic purposes: since it’s now known how CPA is delegitimized during a CPA controversy, managers can use these insights in new situations to counter some (de)legitimizing acts in advance. For example, firms can emphasize –drawing from *rationalizations under the classic lobby-premise*- that CPA is also in the interest of the nation state itself since it betters legislation that improves the overall business climate. Also, since my findings illustrates how CPA encountered some strong delegitimation, knowing these delegitimation acts –that draw mostly from *moralizations* and *narrativizations*- can help in strategizing how to defend corporate-political relationships in order to halt a disruption of CPA-legitimacy. This can be particular fruitful since -as illustrated in paragraph V.I.- a lack of CPA-legitimacy can have a negative effect on the outcome of the (intended) lobby itself. In other words, since my findings suggest how CPA-legitimacy is maintained or disrupted, managers can use these insights (with or without acknowledging their corporate political responsibility) to their own strategic advantage.

Second, managers should be aware that a disruption of CPA-legitimacy can not only harm this specific strategy (see paragraph V.I.III), but can also result in a disruption of legitimacy for the firm itself: although not explicitly investigated in this study and *corporate discursive antagonism* was not the dominant delegitimation strategy, the legitimacy of Unilever and its CEO seemed, considering the harsh corporate antagonism during the lobby contest, nevertheless at stake. Therefore, managers should keep in mind that the disruption of legitimacy for a (non-market) strategy can also result in an overall disruption of the firms' legitimacy or at least its image: although Unilever participates in *The Prince of Wales Corporate Leaders Group*, after the CPA contest it was hard to maintain its *sustainable and responsible* image that –allegedly– resulted in Paul Polman's resignation.<sup>34</sup> Thereby, a social movement that starts with questioning if CPA is still a corporate *responsible* undertaking can not only reinforce CPA-delegitimation, but can also result in an intense delegitimation of the participating firm itself.

Third, although scarce, some scholars already argued that political responsibility can no longer be neglected (e.g. Favotto & Kollman, 2019; Lyon et al., 2018; Néron, 2016). Ignoring a related social movement can then, also from a managerial perspective, no longer be wise. As literature on previous social movements indicates, following such movements can be extremely beneficial for the firm (Georgallis, 2017, p. 735; Vogel, 2006). A CPR-movement can therefore not only have a positive effect on corporate political sustainability in general, but can also better the firms' overall reputation and legitimacy (Georgallis, 2017, p. 735). When leading MNCs embrace a leadership position in support of sustainable corporate-political relationships (Vogel, 2006) can therefore be not only a hopeful but also a managerial wise outcome of a CPR-movement.

---

<sup>34</sup> See for example: <https://www.ad.nl/economie/unilever-topman-polman-treedt-terug-na-turbulent-laatste-jaar~a129cecb/> & <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/terugtrekend-unilever-topman-paul-polman-van-groene-held-naar-verguisd-kapitalist~b192ac08/>.

## VI. Concluding Reflections

In order to answer the two research questions, I firstly elucidated in this thesis the discursive argumentation strategies (as summarized in table 3 and figure 3), derived from their discursive ideological underpinnings, through which senses of (il)legitimacy were constructed for contested corporate political activities. In doing so, I used a recent lobby controversy –the 2017 Dutch cabinet formation- as the revelatory case that enabled me to elucidate the discursive dynamics during the (de)legitimation process of the therein present contested lobby patterns. This increased our understanding of the micro-level discursive *processes* that capture the socio-political and ideological aspects of CPA *legitimation*. This also furthered our general understanding of CPA and the role legitimacy plays in its effectiveness as political non-market strategies. Secondly, this study also made clear that political non-market strategies can become vis-à-vis the corporate *political* responsibilities of MNCs. The reflection on this finding made clear that a political-ethical alignment between political non-market strategies and CSR can be created by using a CPR-movement in order to take corporate *political* responsibilities into consideration as an important aspect of a firms' overall corporate *social* responsibility. This means that CPA can't go without CPR and, therefore, CSR should not go without CPR (Lyon et al., 2018; Lyon & Delmas, 2018).

However, this study has its limitations. Although I strictly followed the discursive methodology –as established by the Finnish School- my analysis focused only on one Dutch lobby controversy. Discursive argumentation strategies could, nevertheless, be different in other discussion around CPA. In the Netherlands as well as somewhere else in the world. It would therefore be interesting to compare my findings to CPA controversies in other countries, as done by Zhu & McKenna (2012) that took earlier discursive research out of its Scandinavian vacuum and compared work of the Finnish School to the legitimacy struggles around the acquisition of an iconic Australian firm by a Chinese state-owned company. My research would be (methodological) enriched by such attempts. Thereby, following the Finnish School in earlier critical discursive analyses (CDA), I used text fragments derived from more “traditional” media outlets. However, in times where *social media* becomes more and more a new legitimation arena, it must be said that the present study did not capture those (de)legitimation attempts that were –indeed- present and vocal. However, I was not able to capture or retrieve such (de)legitimation attempts in a (methodological) systematic way. Thereby, since this thesis is an individual assignment, I was not able to compare my labeling of the retrieved data segments to other insights then only my own. Since I had no prior

experience in the discursive field, my research would have benefited from such a collaboration. As said, I focused on the contested practice of CPA itself. Therefore, I was *not* (specifically) focused on the discursive delegitimation of a specific MNCs engaged in CPA. As a consequence, I left the discursive (de)legitimation of such a firm (e.g. Shell or Unilever) understudied. Adopting (also) a company-specific lens of such a MNC would, however, complement the discursive legitimation of CPA in an interesting way. Finally, because of my shift from the *legitimacy-as-property* stream towards the *legitimacy-as-process* stream, I left the *legitimacy-as-perception* stream still underexposed. A qualitative research that draws from interviews and observations will likely increase our understanding of the sociocognitive forming of CPA-legitimacy. This will also be useful as underpinning for my claim that it would be managerially wise to take corporate political responsibilities serious considering the rising awareness of corporate *responsible* behavior. Especially, since it is not yet investigated if taking CPR in consideration will have the same success as taking CSR serious did.

I would like to conclude by taking Néron's (2016, p. 726) contemplation on Adam Smith's *The Wealth of Nations* into consideration: "in fact, many parts of The Wealth of Nations represent a vigorous and inspired charge against the class of merchants and the various ways they use their *political influence* to secure monopolies". I hope that the present study brought some useful insights regarding the *discursive legitimation process* of CPA, as a notable form of this corporate-political influence. Furthermore, I hope that my study brought awareness concerning the responsible use of political non-market strategies. Since this study makes clear that Smith's concerns are still relevant in contemporary society, I end -inspired by Smith's critical stance- by expressing my hope that more critical research on corporate political behavior will result in an increased awareness and embedment of corporate *political* responsibility into corporate (non-market) strategizing. Hopefully, this will be complementary to the widespread notion of a firms' corporate *social* responsibilities and leads to an overall critical stance towards corporate political activities in general.

## References

- Adamek, S., & Otto, K. (2009). *Der gekaufte Staat: Wie Konzernvertreter in deutschen Ministerien sich ihre Gesetze selbst schreiben*. Kiepenheuer & Witsch GmbH.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London. Verso Editions and NLB.
- Ansari, S., Garud, R., & Kumaraswamy, A. (2016). The disruptor's dilemma: TiVo and the U.S. television ecosystem. *Strategic Management Journal*, 37 (9), 1829-1853.
- Aggerwal, R.K., Meschke, F., & Wang, T.Y. (2012). Corporate Political Donations: Investment or Agency? *Journal of Business and Politics*, 14 (1), 1-38.
- Aldrich, H.E., & Fiol, C.M. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *The Academy of Management Review*, 19(4), 645-670.
- Ashforth, B.E., & Gibbs, B.W. (1990). The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177-194.
- Bach, D., & Allen, D.B. (2010). What every CEO needs to know about non-market strategy. *MIT Sloan Management Review*, 51 (3), 41–48.
- Baron, D.P. (2006). *Business and its environment*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Baron, D.P. (1995). The nonmarket strategy system. *Sloan Management Review*, 37 (1), 73–85.
- Beck, U. (2008). Reframing power in the globalized world. *Organization studies*, 29(5), 793-804.
- Beck, U. (2000). *What is Globalization?* Cambridge: Polity Press.

Berger, J., Ridgeway, C.L., Fisek, M.H., & Norman, R.Z. (1998). The legitimation and delegitimation of power and prestige order. *American Sociological Review*, 63(3), 379-405.

Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. London: SAGE.

Bonardi, J.P., & Keim, G.D. (2005). Corporate political strategies for widely salient issues. *Academy of Management Review*, 3 (1), 555-576.

Bonardi, J.P., Holburn, G.L.F., & Van den Bergh, R.G. (2006). Nonmarket strategy performance: Evidence from U.S. electric utilities. *Academy of Management Journal*, 6 (1), 1209-1228.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2001). New liberal speak: Notes on the new planetary vulgate. *Radical Philosophy*, 105, 2-5.

Birnbbaum, J. (1993). *The lobbyist: how influence peddlers work their ways in Washington*. New York: Times Books.

Bitektine, A. (2011). Toward a theory of social judgments of organizations: the case of legitimacy, reputation, and status. *Academy of management review*, 38 (1), 151-179.

Bitektine, A., & Song, F. (2018). Firm Status and Evaluators Trust: the Many Ways to Trust a Firm. *Journal of Business Ethics*, 153 (2), 503-518.

Bitonti, A., & Harris, P. (2017). *Lobbying in Europe: public affairs and the lobbying industry in 28 EU countries*. Palgrave Macmillan.

Breeze, R. (2012). Legitimation in Corporate Discourse: Oil Corporations after Deepwater Horizon. *Discourse & Society*, 23(1), 3-18.

Breit, E. (2011). Discursive contest of corruption: The case of the Norwegian alcohol monopoly. *Culture and Organization*, 17(1), 47-64.

Burger, T.J. (2006). The Lobbying Game: Why the Revolving Door Won't Close. *Time*. <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1160453,00.html>. Retrieved on 17-07-2020.

Cairns, G., & As-Saber, S. (2017). The Dark side of MNCs. *Research in the Sociology of Organizations*, 49(1), 425-443.

Chen, J. (2020). What is Corporate Political Responsibility (CSR)? See <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>. Retrieved on 25-04-2020.

Coen, D. (2007). Empirical and theoretical studies in EU Lobbying. *Journal of European Public Policy*, 14(3), 333-345.

Cui, L., Wei Hu, H., Li, S., Meyer, K, E. (2018). Corporate Political Connections in Global Strategy. *Global Strategy Journal*, 8(3), 379-398.

Deephouse, D.L. (1996). Does Isomorphism Legitimate? *The Academy of Management Journal*, 39(4), 1024-1039.

Den Hond, F., Rehbein, K. A., De Bakker, F. G., & Kooijmans-Van Lankveld, H. K. V. (2014). Playing on two chessboards: Reputation effects between corporate social responsibility (CSR) and corporate political activity (CPA). *Journal of Management Studies*, 51 (5), 790-813.

DiMaggio, P.J., & Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.

DiMaggio, P.J., & Powell, W.W. (1991). Introduction. In W.W. Powell & P.J. DiMaggio (eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*, 1-38. Chicago: University of Chicago Press.

Doh, J. P., Lawton, T.C., Rajwani, T., & Paroutis, S. (2014). Why your company need a chief external officer: Upgrading external affairs can help align strategy and improve competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 43(2), 96-104.

Doh, J. P., Lawton, T.C., & Rajwani, T. (2012). Advancing Nonmarket Strategy Research: Institutional Perspectives in a Changing World. *Academy of Management Perspectives*, 26(3), 22-29.

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136.

Elsbach, K.D. (1994). Managing Organizational Legitimacy in the California Cattle Industry: The Construction and Effectiveness of Verbal Accounts. *Administrative Science Quarterly*, 39(1), 57-88.

Elster, J. (1986). The market and the forum: Three varieties of political theory. In J. Elster & A. Hylland (Eds.), *Foundations of social choice theory*, 103-132. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Erkama, N., & Vaara, E. (2010). Struggles over legitimacy in global organizational restructuring: A rhetorical perspective on legitimation strategies and dynamics in a shutdown case. *Organization Studies*, 31(7), 813-839.

EuropaNU, (2018). [https://www.europa-nu.nl/id/vgjtkn189avx/beinvloeding\\_van\\_beleid](https://www.europa-nu.nl/id/vgjtkn189avx/beinvloeding_van_beleid). retrieved on 26-3-2018.

Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.

Fairclough, N. (1995a). *Media discourse*. London: Edward Arnold.

Fairclough, N. (1995b). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman

Fairclough, N. (2003). *Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Longman.

Fairclough, N. (2005). Discourse analysis in organization studies: The case for critical realism. *Organization Studies*, 26(6), 915-939.

Fairclough, N. (2006). *Language and Globalization*. London: Routledge.

Fairclough, N., & Thomas, P. (2004). The discourse of globalization and the globalization of discourse. In: Grant, D., Hardy, C., Osrick, C., et al. (Eds). *The SAGA Handbook of Organizational Discourse*. London: SAGE, 379-396.

Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. In T. van Dijk (Ed.), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. London: SAGE, 258-284.

Favotto, A., & Kollman, K. (2019). Mixing business with politics: Does corporate social responsibility end where lobbying transparency begins? *Regulation & Governance* (2019). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/rego.12275>.

Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. The New York Times Magazine by The New York Times Company.

Forbes. (2019). Corporate Responsibility: What To Expect In 2019, see <https://www.forbes.com/sites/susanmcperson/2019/01/14/corporate-responsibility-what-to-expect-in-2019/#a6e53c9690f4>. Retrieved on 12-10-2020.

Frynas, J. G., & Stephens, S. (2015). Political Corporate Social Responsibility: Reviewing Theories and Setting New Agendas. *International Journal of Management Reviews*, 17(4), 483-509.

Gao, Y, (2006). Corporate Political Action in China and America: a comparative perspective. *Journal of Public Affairs*, 6(2), 111-121.

Green S.E. Jr. (2004). A rhetorical theory of diffusion. *Academy of Management Review*, 29(4), 653-669.

Green S.E. Jr., & Li., Y. (2011). Rhetorical institutionalism: Language, agency, and structure in institutional theory since Alvesson 1993. *Journal of Management Studies*, 48(7), 1662-1697.

Georgallis, P. (2017). The link between social movements and corporate social initiatives: towards a multi-level theory. *Journal of Business Ethics*, 142(4), 735-751.

George, S. (2015), *Shadow Sovereigns: How Global Corporations are Seizing Power*. Polity Press.

Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge, MA: MIT press.

Harris, P., & McGrath, C. (2012). Political Marketing and Lobbying: A Neglected Perspective and Research Agenda. *Journal of Political Marketing*, 11 (1-2), 75-94.

Held D, McGrew A, Goldblatt D, et al. (1999). *Global Transformations*. Cambridge: Polity Press.

Hiatt, S.R., Sine, W.D., & Tolbert, P.S. (2009). From Pabst to Pepsi: The deinstitutionalization of social practices and the creation of entrepreneurial opportunities. *Administrative Science Quarterly*, 54(4), 635-667.

Hillman, A. J., Keim, G. D., & Schuler, D. (2004). Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda. *Journal of management*, 30 (6), 837-857.

Hillman, A. J., & Hitt, M. A. (1999). Corporate Political Strategy Formulation: A model of approach, participation, and strategy decisions. *Academy of Management Review*, 24(4), 825–842.

Hossfeld, H. (2018). Legitimation and institutionalization of managerial practices. The role of organizational rhetoric. *Scandinavian Journal of Management*, 34(1), 9-21.

Hudson, B.A. (2008). Against all odds: A consideration of core-stigmatized organizations. *Academy of Management Review*, 33 (1), 252-266.

Joos, K. (2011). *Lobbying in the new Europe: its function and legitimization*. Wiley-VCH: Weinheim.

Joos, K., & Waldenberger, F. (2004). *Successful lobbying in the new Europe: Why International Companies Must Consider the European Union in Their Global Strategies and how They Can Successfully Represent Their Interests in Brussels, Presented by Way of Japanese Companies*. BWV, Berliner Wiss.

Joutsenvirta, M., & Vaara, E. (2009). Discursive (de)legitimation of a contested Finnish Greenfield investment project in Latin America. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 85-96.

Joutsenvirta, M., & Vaara, E. (2015). Legitimacy Struggles and Political Corporate Social Responsibility in International Settings: A Comparative Discursive Analysis of a Contested Investment in Latin America. *Organization Studies*, 36(6), 741-777.

Joutsenvirta, M. (2013). Executive Pay and Legitimacy: Changing Discursive Battles Over the Morality of Excessive *Manager Compensation*. *Journal of Business Ethics*, 116(1), 459-477.

Klein, N. (2015), *This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate*. Simon & Schuster.

Kostova, T., & Zaheer, S. (1999). Organizational Legitimacy under Conditions of Complexity: The Case of the Multinational Enterprise. *The Academy of Management Review*, 24(1), 64-81.

Krippendorff, K. (2004). Reliability in Content Analysis: Some Common Misconceptions and Recommendations. *Human Communication Research*, 30(3), 411-433.

- Lawton, T., McGuire, S., & Rajwani, T. (2013). Corporate political activity: A literature review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 86–105.
- Levy, D. L. (2008). Political contestation in global production networks. *Academy of Management Review*, 33 (1), 943-963.
- Lock, I., & Seele, P. (2016). Deliberative Lobbying? Toward a Non-contradiction of Corporate Political Activities and Corporate Social Responsibility? *Journal of Management Inquiry* 25(4), 415–430
- Lux, S., Crook, T. R., & Leap, T. (2012). Corporate political activity: The good, the bad and the ugly. *Business Horizons*, 55 (3), 307-312.
- Luyckx, J., & Janssens, M. (2020). Ideology and (de)legitimation: The Belgian public debate on corporate restructuring during the Great Recession. *Organization*, 27(1), 110-139.
- Luyckx, J., & Janssens, M. (2016). Discursive Legitimation of a Contested Actor Over Time: The Multinational Corporation as a Historical Case (1964-2012). *Organization Studies*, 37(11), 1595-1619.
- Lyon, T., Delmas, M., Maxwell, J., Bansal, T., Chiroleu-Assouline, M., Crifo, P., Durand, R., Gond, J. P., King, A., Lenox, M., Toffel, M., Vogel, D., & Wijen, F. (2018). CSR needs CPR: Corporate sustainability and politics. *California Management Review*, 60(4), 5-24. See also: [https://www.youtube.com/watch?v=Kf9Mc7C\\_2PM](https://www.youtube.com/watch?v=Kf9Mc7C_2PM).
- Lyon, T. & Delmas, M. (2018) When Corporations Take Credit for Green Deeds Their Lobbying May Tell Another Story. *The Conversation*, July 17, 2018. Available from URL: <https://theconversation.com/when-corporations-take-credit-for-green-deeds-their-lobbying-may-tell-another-story-98988>.
- Maguire, S., & Hardy, C. (2009). Discourse and Deinstitutionalization: The Decline of DDT. *The Academy of Management Journal*, 52(1), 148-178.

Matten, D., & Crane, A. (2005). Corporate Citizenship: Towards an Extended Theoretical Conceptualization. *The Academy of Management Review*, 30 (1), 166-179.

McCarthy, J. D. & Zald, M. N. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212-1241.

Melé, D., & Armengou, J. (2016). Moral Legitimacy in Controversial Projects and Its Relationship with Social License to Operate: A Case Study. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 729-742.

Meyer, J. & Rowan, B. (1991). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. In W.W. Powell & P.J. DiMaggio (Eds.). *The new institutionalism in organizational analysis*, 41-62. Chicago: University of Chicago Press.

Mialon, M., & Mialon, J. (2018). Analysis of Corporate Political Activity Strategies of the Food Industry: evidence from France. *Journal of Public Health Nutrition*, 21 (18), 3407-3421.

Néron, P.Y. (2016). Rethinking the Ethics of Corporate Political Activities in Post Citizens United Era: Political Equality, Corporate Citizenship and Market Failures. *Journal of Business Ethics*, 136 (4), 715-728.

Néron, P.Y. (2015). Capitalism, Corporations and the Social Contract: a critique of stakeholder theory (Book Reviews). *Business Ethics Quarterly*, 25(3), 393-396.

Néron, P.Y. (2010). Business and the Polis: What does it mean to see corporations as political actors? *Journal of Business Ethics*, 94 (3), 333-352.

Néron, P.Y., & Norman, W. (2008). Citizenship Inc. Do we really want businesses to be good corporate citizens? *Business Ethics Quarterly*, 18(1), 1-26.

Nielsen, E. H., & Rao, M.V.H. (1987). The strategic-legitimacy nexus: A thick description. *The Academy of Management Review*, 12(3), 523-533.

- O'Donovan, G. (2002). Environmental Disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability, 15*(3), 344-371.
- Oktar, L. (2001). The ideological organization of representational processes in the presentation of US and them. *Discourse & Society, 12*(3), 313–346.
- Oliver, C. (1991). Strategic Responses to Institutional Processes. *The Academy of Management Review, 16*(1), 145-179.
- Oliver, C., & Holzinger, I. (2008). The effectiveness of strategic political management: A dynamic capabilities framework. *The Academy of management review, 33*(2), 496-520.
- Palazzo, G., & Scherer, A.G. (2006). Corporate Legitimacy as Deliberation: A Communicative Framework. *Journal of Business Ethics, 66* (1), 71-88.
- Peter, F. (2004). Choice, Consent, and the Legitimacy of Market Transactions. *Cambridge University Press, 20* (1), 1-18.
- Pfeffer, J. (1981). Management as Symbolic Action: The creation of maintenance of organizational paradigms. In L.L. Cummings & B.M. Staw (Eds.) *Research in Organizational behavior, 13*(1), 1-52.
- Phillips, N., Lawrence, T.B., & Hardy, C. (2004). Discourse and Institutions. *The Academy of Management Review, 29*(4), 635-652.
- Potter, J., & Wetherell, M. (1987). *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. London, U.K.: Sage Publications Ltd.
- Puck, J., Lawton, T, & Mohr, A. (2018). The Corporate Political Activity of MNCs: Taking Stock and Moving Forward. *Management International Review, 58*(5), 663-673.
- Pusey, M. (2010). 25 years of neo-liberalism in Australia. In Manne, R. and McKnight, D. (Eds.), *Goodbye to all that?* Melbourne: Black Inc. Agenda, 125-146.

Ritzer, U., & Balser, M. (2016). *Lobbykratie: wie die wirtschaft sich einfluss, mehrheiten, gesetze kauft*. Knauer TB.

Rojo, L.M., & Van Dijk, T.A. (1997). ‘‘There was a problem, and it was solved!’’: Legitimizing the expulsion of illegal migrants in Spanish parliamentary discourse. *Discourse & Society*, 8(4), 523-566.

Scherer, A.G., Baumann-Pauly, D., & Schneider, A. (2013). Democratizing corporate governance: Compensating for the democratic deficit of corporate political activity and corporate citizenship. *Business & Society*, 52(3), 473-514.

Scherer, A.G., & Palazzo, G. (2007). Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society from a Habermasian perspective. *Academy of Management Review*, 32 (1), 1096-1120.

Scherer, A.G., & Palazzo, G. (2011). The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy. *Journal of Management Studies*, 48(4), 899-931.

Scott, W. R. (2008). *Institutions and Organizations: Ideas and Interests*. Los Angeles, CA: Sage Publications.

Seong-Jin, C., Nan, J., & Jiangyong, L. (2015). The Structure of Political Institutions and Effectiveness of Corporate Political Lobbying. *Organization Science*, 26(1), 158-179.

Shirodkar, V., Beddewela, E., & Richter, U. H. (2018). Firm-Level Determinants of Political CSR in Emerging Economies: Evidence from India. *Journal of Business Ethics*, 148(3), 673-688.

Singer, A.E. (2013). Corporate Political Activity, Social Responsibility, and Competitive Strategy: an integrative model. *Business Ethics: A European Review*, 22(3), 308-324.

Smith, A. *The Wealth of Nations*. Chicago: University of Chicago Press, 1776, ed. Edwin Canan 1976, Book 1, Chapter XI, p. 278.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.

Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2017). Legitimacy. *Academy of Management Annals*, 11(1), 451-478.

Suddaby, R. & Greenwood, R. (2005). Rhetorical Strategies of Legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50(1), 35-67.

Taylor, A., & Helfat, C.E. (2009). Organizational Linkages for Surviving Technological Change: Complementary Assets, Middle Management, and Ambidexterity. *Organizational science*, 20(4), 685-834.

Tienari, J., Vaara, E., & Björkman, I. (2003). Global Capitalism Meets National Spirit: Discourses in Media Texts on a Cross-Border Acquisition. *Journal of Management Inquiry*, 12(4), 377-393.

Torres-Spelliscy, C. (2011). Hiding Behind the Tax Code, the Dark Election of 2010 and Why Tax-Exempt Entities Should Be Subject to Robust Federal Campaign Finance Disclosure Laws. *Chapman's Journal of Law & Policy*, 16(1), 59-97.

Vaara, E., Tienari, J., & Laurila, J. (2006). Pulp and Paper Fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization studies*, 27(6), 789-813.

Vaara, E., & Tienari, J. (2004). Critical Discourse Analysis as a Methodology for International Business Studies. In R. Marschan-Piekkari, & R. Welch (Eds.), *Handbook of Qualitative Research Methods for International Business*, 342-359. Edward Elgar.

Vaara, E., & Tienari, J. (2008). A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporations. *Academy of Management Review*, 33(4), 985-993.

Vaara, E. (2014). Struggles over Legitimacy in the Eurozone crisis: Discursive Legitimation Strategies and their Ideological Underpinnings. *Discourse & Society*, 25(4), 500-518.

Van Dijk, T. (1990). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Van Dijk, T. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

Van Leeuwen, T.J. (2007). Legitimation in Discourse and Communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112.

Van Leeuwen, T.J. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford University Press.

Van Leeuwen, T.J., & Wodak, R. (1999). Legitimizing Immigration Control: A Discourse Historical Analysis. *Discourse Studies*, 1(1), 83-118.

Vogel, D. (2006). *The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*. Washington, DC: Brookings Institution Press.

Voinea, C. L., & Van Kranenburg, H. (2018). Feeling the Squeeze: Nonmarket Institutional Pressures and Firm Nonmarket Strategies. *Management International Review*, 58(5), 705-741.

Voinea, C. L., & Van Kranenburg, H. (2017). *Nonmarket Strategic Management*. Taylor & Francis Ltd.

Wallheimer, B. (2017). Should we stop the ‘revolving door’?. *Chicago Booth Review*. <https://review.chicagobooth.edu/public-policy/2017/article/should-we-stop-revolving-door>. Retrieved on 17-07-2020.

Washington, M., & Zajac, E. J. (2005). ‘Status Evolution and Competition: Theory and Evidence’, *Academy of Management Journal*, 48(2), 282-296.

Weber, K., & Soderstrom, S. B. (2012). *Social Movements, Business, and the Environment*. The Oxford Handbook of Business and the Natural Environment.

Wettstein, F. (2009). *Multinational Corporations and Global Justice: Human Rights Obligations of a Quasi-governmental Institution*. Stanford: Stanford University Press.

Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications Ltd.

Wodak, R. (2004). Critical discourse analysis. In C. Seale, G. Gobo, J. F. Gubrium, & D. Silverman (Eds.), *Qualitative research practice*, 197-213. London: Sage.

Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.

Zhu, Y., & McKenna, B. (2012). Legitimizing a Chinese takeover of an Australian iconic firm: Revisiting models of media discourse of Legitimacy. *Discourse & Society*, 23(5), 525-552.

Zucker, L.G. (1987). Institutional theories of organizations. *Annual Review of Sociology*, 13(1), 443-644.

Zucker, L.G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42(5), 726-743.

### **E-references: empirical case**

AD, (2018a). <https://www.ad.nl/politiek/hoofdpijndossier-dividendtaks-kaapt-ook-politieke-beschouwingen~a02f9ff6/>. Published on 19-09-2018, retrieved on 14-06-2019.

AD, (2018b). <https://www.ad.nl/politiek/topman-unilever-afschaffen-dividendbelasting-was-onze-harde-eis~a51472e5/>. Published on 24-11-2018, retrieved on 14-06-2019.

AD, (2018c). <https://www.ad.nl/binnenland/dividenddebaacle-was-voor-mark-en-mij-ee-teleurstelling~a24d8314/>. Published on 24-11-2018, retrieved on 14-06-2019.

De Volkskrant, (2017). <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/de-dividendbelasting-is-afgeschaft-maar-niemand-in-den-haag-weet-waarom~b4693074/>. Published on 03-11-2017, retrieved on 12-06-2019.

De Volkskrant, (2018a). <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-niemand-wilde-het-en-toch-gaat-het-door~b0b0b010/>. Published on 25-04-2018, retrieved on 12-06-2019.

De Volkskrant, (2018b). <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/als-je-shell-heet-of-unilever-mag-je-vrij-pinnen-bij-het-torentje~balaf446/>. Published on 26-06-2018, retrieved on 14-06-2019.

De Volkskrant, (2018c). <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/rutte-zet-keihard-door-in-de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-zonder-enig-draagvlak~bb46854b/>. Published on 02-09-2018, retrieved on 14-06-2019.

Die Zeit, (2014). <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-06/ttip-freihandelsabkommen-regulatorische-kooperation-rcc-eu-usa>. Published on 05-06-2014, retrieved on 26-3-2018.

EuropaNU, (2018). [https://www.europa-nu.nl/id/vgikn189avx/beinvloeding\\_van\\_beleid](https://www.europa-nu.nl/id/vgikn189avx/beinvloeding_van_beleid). Retrieved on 26-3-2018.

FD, (2019). [https://fd.nl/economie-politiek/1304799/coalitie-verwerkt-trauma-dividendbelasting-met-eensgezinde-jacht-op-multinationals?\\_ga=2.143347056.490908317.1560710615-1290874624.1560710615](https://fd.nl/economie-politiek/1304799/coalitie-verwerkt-trauma-dividendbelasting-met-eensgezinde-jacht-op-multinationals?_ga=2.143347056.490908317.1560710615-1290874624.1560710615). Published on 13-06-2019, retrieved on 16-06-2019.

FTM, (2016). <https://www.ftm.nl/artikelen/transparantere-haagse-lobby-vakkundig-ten-grave-gedragen?share=1>. Published on 27-06-2016, retrieved on 12-06-2019.

FTM, (2018). <https://www.ftm.nl/artikelen/shell-rsm-onderzoek-dividendbelasting?share=1>. Published on 07-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

NOS, (2015). <https://nos.nl/artikel/2076681-lobbyen-door-gewone-mensen-niet-alleen-rijke-bedrijven.html>. Published on 22-12-2015, retrieved on 12-06-2019.

NOS, (2017). <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2202801-discussie-over-afschaffen-dividendbelasting-duurt-voort.html>. Published on 14-11-2017, retrieved on 26-03-2018.

NOS, (2018a). <https://nos.nl/artikel/2254925-afschaffing-dividendbelasting-definitief-van-tafel-geld-naar-bedrijfsleven.html>. Published on 15-10-2018, retrieved on 14-06-2019.

NOS, (2018b). <https://nos.nl/artikel/2262306-openbaarmaking-stukken-kabinetsformatie-kan-anders.html>. Published on 06-12-2018, retrieved on 12-06-2019.

NRC, (2018a). <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/04/25/dit-staat-er-in-de-memos-over-de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-a1600788>. Published on 25-04-2018, retrieved on 15-06-2019.

NRC, (2018b). <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/06/25/bedrijventrekker-dan-wel-cadeautje-voor-beleggers-a1607908>. Published on 25-06-2018, retrieved on 15-06-2019.

NU.nl, (2017). <https://www.nu.nl/politiek/5000630/kabinet-worstelt-met-bewijs-afschaffen-dividendbelasting.html>. Published on 09-11-2017, retrieved 26-03-2018.

SOMO, (2018). <https://www.somo.nl/nl/wob-verzoek-somo-legt-jarenlange-lobby-dividendbelasting-bloot/>. Published on 10-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

Süddeutsche Zeitung, (2014). <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/freihandelsabkommen-ttip-sturm-der-lobbyisten-1.2036565>. Published on 08-07-2014, retrieved on 26-3-2018.

The Guardian, (2013). <https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/nov/04/us-trade-deal-full-frontal-assault-on-democracy>. Published on 04-11-2013, retrieved on 26-3-2018.

Trouw, (2018). <https://www.trouw.nl/nieuws/reconstructie-hoe-rutte-de-greep-op-zijn-eigen-plan-voor-afschaffing-van-de-dividendbelasting-verloor~b85f57078/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>. Published on 15-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

### **References: examples used in chapter IV**

Example 1: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/helderheid-over-lobby-s-is-vereist~b479170c/>. Published on 05-11-2015, retrieved on 14-06-2019.

Example 2: FTM: <https://www.ftm.nl/artikelen/zonder-lobby-geen-democratie?share=1>. Published on 05-01-2016, retrieved on 15-06-2019.

Example 3: De Groene Amsterdammer: <https://www.groene.nl/artikel/waar-blijft-de-wet-tegen-geheimzinnig-lobbyen>. Published on 11-11-2015, retrieved on 12-06-2019.

Example 4: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/helderheid-over-lobby-s-is-vereist~b479170c/>. Published on 05-11-2015, retrieved on 14-06-2019.

Example 5: NOS: <https://nos.nl/artikel/2076681-lobbyen-door-gewone-mensen-niet-alleen-rijke-bedrijven.html>. Published on 22-12-2015, retrieved on 12-06-2019.

Example 6: Trouw: [https://beta.trouw.nl/nieuws/den-haag-is-verdeeld-over-openbaarheid-kabinetsformatie~b44e0a00/?utm\\_source=link&utm\\_medium=app&utm\\_campaign=shared%20content&utm\\_content=free](https://beta.trouw.nl/nieuws/den-haag-is-verdeeld-over-openbaarheid-kabinetsformatie~b44e0a00/?utm_source=link&utm_medium=app&utm_campaign=shared%20content&utm_content=free). Published on 06-12-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 7: NOS: <https://nos.nl/artikel/2262306-openbaarmaking-stukken-kabinetsformatie-kan-anders.html>. Published on 06-12-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 8: Vrij Nederland: <https://www.vn.nl/lobbyclubs-schaduwmacht/>. Published on 22-12-2017, retrieved on 15-06-2019.

Example 9: Follow The Money: <https://www.ftm.nl/artikelen/zonder-lobby-geen-democratie?share=1>. Published on 05-01-2016, retrieved on 15-06-2019.

Example 10: NOS: <https://nos.nl/artikel/2076681-lobbyen-door-gewone-mensen-niet-alleen-rijke-bedrijven.html>. Published on 22-12-2015, retrieved on 12-06-2019.

Example 11: HP/DeTijd: <https://www.hpdetijd.nl/2018-03-17/wie-regeert-nederland-2/>.  
<https://www.hpdetijd.nl/2015-02-12/wie-regeert-nederland/>. Published on 17-03-2018, retrieved on 16-06-2019.

Example 12: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/het-dividendspel-dat-nu-gaande-is-kent-uiteindelijk-geen-winnaars~b9f5f41d/>. Published on 06-09-2018, retrieved on 14-06-2019.

Example 13: HP/DeTijd: <https://www.hpdetijd.nl/2018-03-17/wie-regeert-nederland-2/>.  
<https://www.hpdetijd.nl/2015-02-12/wie-regeert-nederland/>. Published on 17-03-2018,  
retrieved on 16-06-2019.

Example 14: Follow The Money: <https://www.ftm.nl/artikelen/interview-frissen?share=1>.  
Published on 14-04-2016, retrieve on 18-06-2019.

Example 15: De Groene Amsterdammer: <https://www.groene.nl/artikel/burgerslobby>.  
Published on 17-10-2018, retrieved on 16-06-2019.

Example 16: NOS: <https://nos.nl/artikel/2076681-lobbyen-door-gewone-mensen-niet-alleen-rijke-bedrijven.html>. Published on 22-12-2015, retrieved on 12-06-2019.

Example 17: Lobbywatch: [https://lobbywatch.nl/aws\\_career/lobbywatch-niet-opnemen-lobbygesprek-van-der-veer-in-agenda-minister-hoekstra-dubieus/](https://lobbywatch.nl/aws_career/lobbywatch-niet-opnemen-lobbygesprek-van-der-veer-in-agenda-minister-hoekstra-dubieus/). Published on 05-04-2018,  
retrieved on 19-06-2019.

Example 18: SOMO: [https://www.somo.nl/nl/wp-content/uploads/sites/2/2018/09/eerlijke-belasting-voor-multinationals\\_web\\_september2018-1.pdf](https://www.somo.nl/nl/wp-content/uploads/sites/2/2018/09/eerlijke-belasting-voor-multinationals_web_september2018-1.pdf). Published on 01-08-2018, retrieved  
on 19-06-2019.

Example 19: Lobbywatch: [https://lobbywatch.nl/aws\\_career/onderzoek-lobbywatch-bedrijfsleven-loopt-deur-plat-bij-rutte-iii/](https://lobbywatch.nl/aws_career/onderzoek-lobbywatch-bedrijfsleven-loopt-deur-plat-bij-rutte-iii/)  
<https://www.ftm.nl/artikelen/dit-zijn-de-lobbys-die-het-vaakst-toegang-krijgen-tot-het-kabinet?share=1>. Published on 03-06-2018, retrieved on  
19-06-2019.

Example 20: Trouw: <https://www.trouw.nl/democratie/de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-lijkt-van-de-baan-en-dat-is-pijnlijk-voor-rutte~ac2b26d2/>. Published on 05-10-2018,  
retrieved on 10-05-2019.

Example 21: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/rutte-zet-keihard-door-in-de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-zonder-enig-draagvlak~bb46854b/>.  
Published on 02-09-2018, retrieved on 14-06-2019.

Example 22: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-niemand-wilde-het-en-toch-gaat-het-door~b0b0b010/>. Published on  
25-04-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 23: Trouw: <https://beta.trouw.nl/nieuws/wiebes-verwachtte-tegenprestatie-van-unilever-en-shell-voor-afschaffing-dividendbelasting~ba5deb39/>. Published on 25-04-2018,  
retrieved on 12-06-2019.

Example 24: NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/11/paradijs-13953625-a1580819>.  
Published on 11-11-2017, retrieved on 15-06-2019.

Example 25: NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/10/19/dit-land-schreeuwt-om-scheiding-van-staat-en-bedrijf-a2678152>. Published on 19-10-2018, retrieved on 15-06-2019.

Example 26: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/opinie-op-zondag-afschaffing-dividendbelasting-behoort-tot-de-grootste-morele-schandalen-van-de-laatste-halve-eeuw~b63fcb67/>. Published on 09-09-2018, retrieved on 13-06-2019.

Example 27: Follow The Money: <https://www.ftm.nl/artikelen/visie-rutte-engelen?share=1>. Published on 26-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 28: De Groene Amsterdammer: <https://www.groene.nl/artikel/unilevers-bidbook> . Published on 26-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 29: Follow The Money: <https://www.ftm.nl/artikelen/kabinet-rutte-zwichtte-voor-jarenlange-lobby-van-bedrijfsleven?share=1>. Published on 29-08-2018, retrieved on 17-06-2019.

Example 30: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/paul-polman-de-man-die-bijna-2-miljard-euro-uit-de-schatkist-grabbelde-om-een-belasting-af-te-schaffen-die-hem-niet-zinde~bb92567bd/>. Published on 25-11-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 31: Algemeen Dagblad: <https://www.ad.nl/economie/ergens-onderweg-verloor-paul-polman-de-voeling-met-de-wereld~a61c1776/>. Published on 29-11-2018, retrieved on 16-06-2019.

Example 32: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/helderheid-over-lobby-s-is-vereist~b479170c/>. Published on 05-11-2015, retrieved on 14-06-2019.

Example 33: De Volkskrant: <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/de-premier-had-het-helemaal-niet-voor-haar-gedaan-zo-bleek-maar-alleen-voor-paul-polman-en-unilever~b5ee6ae3/>. Published on 17-03-2019, retrieved on 14-06-2019.

Example 34: HP/DeTijd: <https://www.hpdetijd.nl/2018-04-21/leugens-rutte-dividenddementie/>. Published on 21-04-2018, retrieved on 16-06-2019.

Example 35: NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/09/15/jaren-hadden-ze-vele-vrienden-in-den-haag-nu-zijn-ze-ieders-favoriete-vijand-a1616613>. Published on 15-09-2018, retrieved on 15-06-2019.

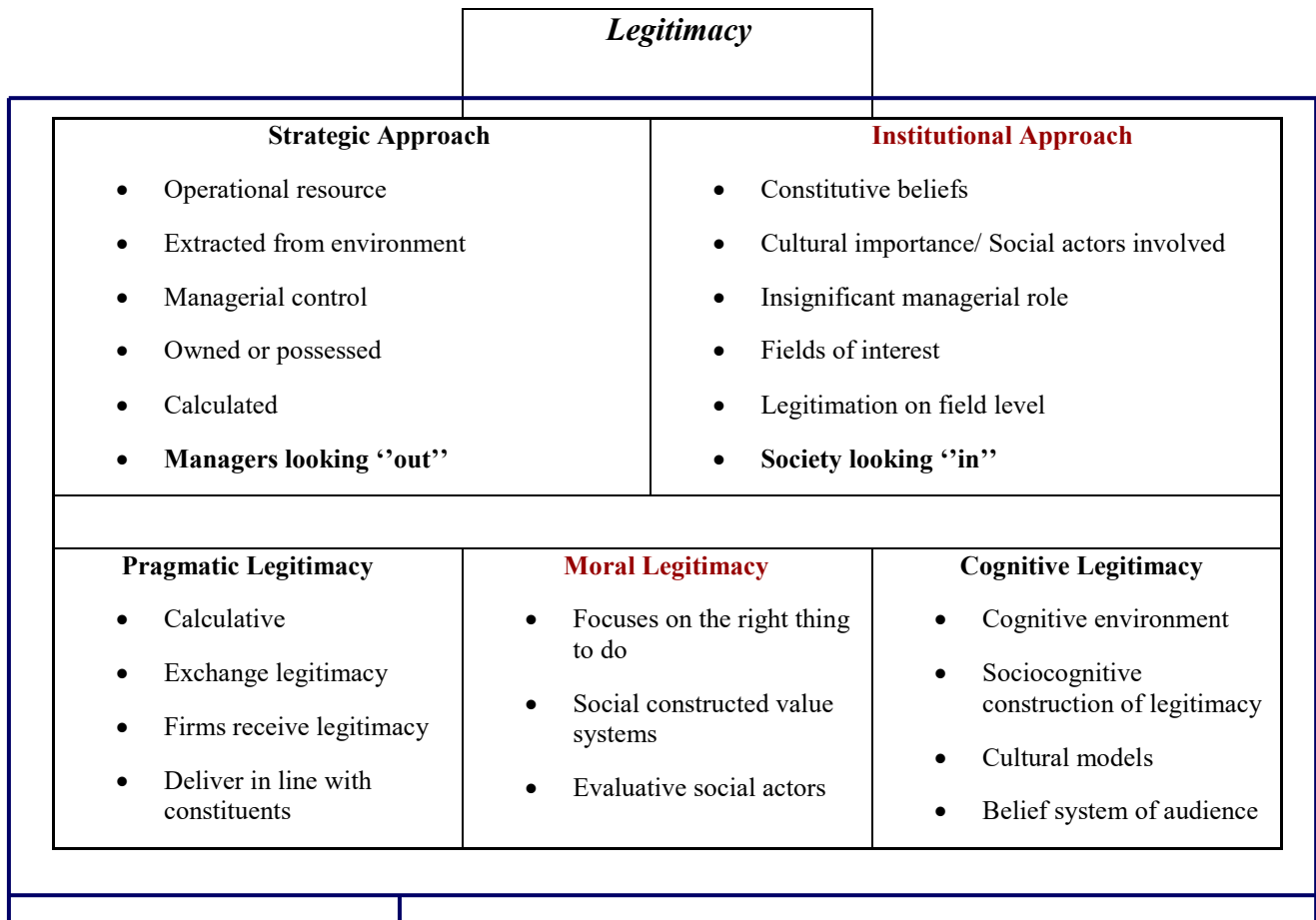
Example 36: Trouw: <https://www.trouw.nl/opinie/hoe-geloofwaardig-is-het-schermen-met-tarieven-als-grote-bedrijven-hun-eigen-deals-kunnen-sluiten~a550f775/>. Published on 17-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

Example 37: NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/15/rutte-geeft-cadeautjes-in-naam-van-de-economie-14019081-a1581168>. Published on 15-11-2017, retrieved on 15-06-2019.

Example 38: De Groene Amsterdammer: <https://www.groene.nl/artikel/lawaai-in-lobbyland> . Published on 06-02-2019, retrieved on 16-06-2019.

## Appendix A: Extended Framework

Extended framework based on Suchman (1995, p. 600) and Suddaby et al. (2017, p. 453).



	<b>Legitimacy-as-property</b>	<b>Legitimacy-as-process</b>	<b>Legitimacy-as-perception</b>
<b>What is legitimacy?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A property</li> <li>A resource</li> <li>An asset</li> <li>A capacity</li> <li>A thing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>An interactive process of social construction</li> <li>An evaluative process</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A social judgement</li> <li>A sociocognitive construction</li> </ul>
<b>Where does legitimacy occur?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Between the legitimacy object and its external environment</li> <li>At the organization and field levels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Between multiple social actors, particularly those seeking or opposing change</li> <li>Mostly at the field level</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Between individual and collective evaluators</li> <li>Multilevel, but leaning towards the micro</li> </ul>
<b>How does legitimacy occur?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contingency view: Through fit between attributes of an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agency view: Through purposive efforts of change agents and</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Judgement view: Through perceptions, judgements and actions</li> </ul>

	organization and external audiences' expectations	other social actors	of individuals under the influence of collective-level institutionalized judgements
<b>Representative publications</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dowling &amp; Pfeffer, 1975;</li> <li>• Pfeffer &amp; Salancik, 1978;</li> <li>• Ashforth &amp; Gibbs, 1990;</li> <li>• Deephouse, 1996;</li> <li>• Kostova &amp; Zaheer, 1995;</li> <li>• Suchman, 1995;</li> <li>• Suddaby et al., 2017</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barron, 1998;</li> <li>• Suddaby &amp; Greenwood, 2005;</li> <li>• Vaara &amp; Tienari, 2008;</li> <li>• Joutsenvirta &amp; Vaara, 2009;</li> <li>• Breit, 2011;</li> <li>• Zhu &amp; McKenna, 2012;</li> <li>• Breeze, 2012;</li> <li>• Vaara, 2014;</li> <li>• Joutsenvirta &amp; Vaara, 2015;</li> <li>• Luyckx &amp; Janssens, 2016</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Walker, Thomas &amp; Zelditch (1986);</li> <li>• Elsbach, 1994;</li> <li>• Tyler, 2006;</li> <li>• Bitektine, 2011;</li> <li>• Tost, 2011;</li> <li>• Bitektine &amp; Haack, 2015;</li> <li>• Zelditch, 2001;</li> <li>• Lamin &amp; Zaheer, 2012</li> </ul>

## Appendix B: Text fragments

Text fragments are retrieved from mass media articles. Fragments are used for a critical analysis of discursive (de)legitimation processes (CDA) regarding contested corporate political activities (CPA). The three stages of this analysis are visible in this appendix:

- (1) **thematic analysis;**
- (2) **interdiscursive analysis on different discourses/ideologies;** and
- (3) **intertextual analysis of the legitimation strategies.**

Note: only the final stage of this iterative process is displayed in this appendix. Therefore only the remaining themes, ideologies and legitimation strategies are indicated below.

### Phase I:

<https://nos.nl/artikel/2076681-lobbyen-door-gewone-mensen-niet-alleen-rijke-bedrijven.html>.  
Published on 22-12-2015, retrieved on 12-06-2019.

#### 'Lobbyen door gewone mensen, niet alleen rijke bedrijven'

De Tweede Kamer behandelt volgend jaar een wet die het makkelijker maakt voor gewone mensen om invloed uit te oefenen op nieuwe wetten. De PvdA wil het beïnvloeden van wetgeving, ofwel lobbyen, inzichtelijker en meer openbaar maken. **Legalistic transparency. Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorization.**

PvdA-Kamerlid Bouwmeester is drie jaar bezig geweest met onderzoek naar lobbyen en het schrijven van de lobbywet. Zij vindt dat de politiek het, vaak onzichtbare, systeem van invloed uitoefenen op regels en wetten moet opengooien. **Legalistic system change. Neoliberalism. Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorisation.**

Lobbyen is niet alleen maar slecht, zegt Bouwmeester. Het is vaak ook goed om deskundigen te laten meepraten over wetten, zoals medici over zorgwetten, Holland Casino over het kansspelbeleid of taxibedrijven over marktwerking in de taxibranche. **Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

#### Gewone mensen

Het probleem is meer dat bij een nieuwe wet nooit staat vermeld wie er heeft meegedacht of meegeschreven. "We moeten dus inzichtelijk maken met welke belangen er rekening is gehouden, dan wordt ook duidelijk wanneer er niet naar gewone mensen is geluisterd.". **Legalistic transparency. Global capitalism. Neoliberalism. Humanistic. Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorisation.**

"Grote bedrijven en organisaties hebben nu heel veel invloed. Die bedrijven zijn rijk en machtig en kunnen een dure lobbyist kopen", zegt Bouwmeester. "Maar Nederland is van ons allemaal, niet alleen van de grote bedrijven." **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Neoliberalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/kamerleden-niet-bewust-van-invloed-lobbyisten~bc63c731/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>. Published on 27-01-2017, retrieved on 12-06-2019.

### Kamerleden niet bewust van invloed lobbyisten

De invloed van lobbyisten in Den Haag is groot en direct, zo ondervonden we tijdens onze zoektocht door Lobbyland, waarvan we in de Volkskrant verslag uitbrachten. Lobbyisten schrijven mee als ambtenaren op ministeries aan wetsvoorstellen werken, voorzien Kamerleden van kant-en-klare amendementen en sturen hen tijdens Kamerdebatten bij met whatsapp-berichten. Het democratische proces verbeteren, noemen ze dat zelf: aan de ene kant voorzien lobbyisten ministers van 'oplossingen', om aan de andere kant Kamerleden te 'helpen bij hun controlerende taak'. Kamerleden lijken zich van die sterke lobby-invloed vaak niet bewust. Ze lijden aan een vorm van lobbyblindheid: zolang de boodschap in lijn ligt met hun eigen ideeën, beschouwen ze die niet als lobby, maar als informatie die afkomstig is van een gelijkgestemde. Zo kan het dat Kamerleden met een jarenlange loopbaan aan het Binnenhof ons bezworen nooit door lobbyisten te zijn benaderd. **Nationalism. corporate capitalism. Democratic narrativization.**

Dat is vreemd: de sterke verwevenheid van lobby en politiek verdient juist nadrukkelijk aandacht in een verkiezingsperiode waarin veelvuldig kritiek klinkt op onderdoorzichtige afspraken in de Haagse binnenwereld en wordt aangedrongen op politieke vernieuwing die burgers meer inspraak geeft. Meer zicht op de besluitvormings- en wetgevingsprocessen en de belangenafwegingen leidt bovendien tot meer begrip en acceptatie', schrijft minister Plasterk in zijn reactie op Lobby in Daglicht. Toch doet hij amper toezeggingen om dat inzicht te vergroten. De minister verwijst voornamelijk naar nog komende kabinetsnotities. Van een reactie die bijna een jaar op zich heeft laten wachten, mocht meer worden verwacht. **Sluggish change regarding lobbyism. Neoliberalism Legalistic legitimization attempts based on Legalistic Authorisation.**

Nederland functioneert als een polderdemocratie, die stoelt op geduldig overleg binnen vertrouwde kaders met personen die elkaar kennen. Een geoliede lobby-machine hoort daarbij. **Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

De Kamer op haar beurt moet zichzelf niet buiten schot laten. Juist Kamerleden zijn kwetsbaar als het om lobbyinvloed gaat. Ze zijn beperkt in tijd en ondersteuning; het leger van lobbyisten is vele malen groter dan het aantal Kamerzetels. **Democratic vulnerability. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Maandag krijgt dat debat een nieuwe kans: de Tweede Kamer spreekt met minister Plasterk over de initiatiefnota Lobby in Daglicht, waarin PvdA-Kamerleden Bouwmeester en Oosenbrug pleiten voor het transparanter maken van lobby. Daarnaast moeten Kamerleden meer openheid geven over hun contacten met lobbyisten, om zo de kans op lobbyblindheid te

verkleinen. Door rekenschap af te leggen van een bewuste omgang met lobbyisten van allerlei pluimage, kan de politiek helpen het vertrouwen in de Haagse besluitvorming te vergroten. **Legalistic system change, legalistic transparency. Neoliberalism Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorisation.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/helderheid-over-lobby-s-is-vereist~b479170c/>.  
Published on 05-11-2015, retrieved on 14-06-2019.

### Helderheid over lobby's is vereist

Bedrijven, brancheorganisaties en maatschappelijke belangenorganisaties komen geregeld op bezoek bij parlementariërs, bewindspersonen en ambtenaren. Tijdens deze bezoeken, via de telefoon of via schriftelijke bijdragen, proberen de belanghebbenden mee te praten over het beleid van overheden. Soms om ze te weerhouden van flagrante missers, maar vooral om beleidsvoornemens in de gewenste richting bij te sturen. Dit proces van overleg en informatie-uitwisseling onttrekt zich vaak aan de waarneming van burgers. Maar soms komt hierop het spotlicht te staan, waar dan al snel een kwalijke reuk van lobbyïsme en handjeklap opduikt. **legalistic transparency. Global capitalism. Democratic narrativization.**

Het simpele feit dat bedrijven meepraten over of zelfs meeschrijven met overheidsbeleid is onvoldoende om van kwalijke praktijken te spreken. Meepraten en suggesties doen hoort tot de kern van overleg met overheden. Bij nieuwe wetgeving stuurt de overheid vaak consultatiedocumenten naar belanghebbenden. Ook om trends tijdig in beeld te krijgen, is overleg met organisaties noodzakelijk. **legalistic transparency. Global capitalism Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

Voor de democratische controle van dit proces is openheid en helderheid echter wel een vereiste. Op dit gebied zijn zeker in Nederland nog heel wat verbeteringen aan te brengen, waarbij de gestage vorderingen van de Europese Unie als voorbeeld kunnen dienen. Zo moeten commissarissen sinds kort hun agenda met gesprekspartners openbaren, waardoor nu de lobby rond de klimaatcommissaris in beeld komt. Eerder opende Brussel een lobbyregister waarin lobbyïsten zich moeten aanmelden. **legalistic transparency, Legalistic system change. Neoliberalism Inverse legalistic authorizations.**

In Nederland zijn dergelijke maatregelen nog niet genomen, een omissie die het parlement ook is opgevallen. De PvdA wil een initiatiefwet indienen om de invloed van lobbyïsten en andere meepraters beter in beeld te krijgen. **legalistic transparency, Legalistic system change. Inverse legalistic authorizations.**

Als de transparantie verder verbetert, kunnen parlementariërs, belangenorganisaties en media beter controle uitoefenen op al het gelobby. **Legalistic system change, legalistic transparency. Neoliberalism Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorization.**

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/lobbyist-hoort-thuis-in-politiek-den-haag~b7be7919/>. Published on 22-06-2012, retrieved on 14-06-2019.

### **Lobbyist hoort thuis in politiek Den Haag**

Tweede Kamerlid Lea Bouwmeester (PvdA) stelt voor dat voortaan ieder (wets)voorstel van de regering voorzien wordt van een paragraaf waarin melding wordt gemaakt van contacten die er zijn geweest met lobbyisten, wie de contacten had, hoe frequent ze hebben plaatsgevonden en welke argumenten en belangen er over tafel zijn gegaan. Iedere zichzelf respecterende lobbyist kan hiertegen weinig bezwaar hebben, want hij heeft niets te verbergen. Bovendien is democratische besluitvorming gebaat bij zoveel mogelijk transparantie. Maar er zijn ook kanttekeningen te plaatsen bij het voorstel. **Legalistic system change, democratic defect. Neoliberalism Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorization.**

Maar dan wel: gelijke monniken, gelijke kappen. Er kan geen onderscheid gemaakt worden tussen de verschillende wetgevende machten. Waarom zou een minister aan meer transparantie onderworpen moeten zijn dan een Kamerlid? Als Bouwmeester vindt dat de kiezer moet weten wat de invloed is van lobbyisten op de besluitvorming, zou dat ook moeten gelden voor de invloed van lobbyisten op Kamerleden. Dat brengt me bij het laatste punt: de uitvoerbaarheid van het voorstel. Als het Bouwmeester menens is met het voorstel om meer transparantie te betrachten ten aanzien van de vraag wie wanneer namens wie met welke argumenten en belangen invloed uitoefent op het besluitvormingsproces, ontkomt ze er niet aan daar alle voornoemde zaken bij te betrekken. Bij uitvoering van het voorstel zullen honderden ambtenaren en ondersteuners van politici - niet alleen nationaal, maar ook regionaal, lokaal en op EU-niveau - een dagtaak hebben aan de uitvoering van Bouwmeesters plan. Het is aan de politiek om de vraag te beantwoorden of we daar de man- en vrouwkracht van de overheid en politiek voor willen inzetten. Als Bouwmeester geen belang stelt in deze kanttekeningen, is haar voorstel er een voor de bühne en laadt zij de verdenking op zich haar pijlen te richten op die lobbyisten die niet in haar straatje passen. In dat geval is er met het voorstel geen maatschappelijk en democratisch belang gediend, maar slechts een partijpolitiek belang. **Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

<https://www.groene.nl/artikel/waar-blijft-de-wet-tegen-geheimzinnig-lobbyen>. Published on 11-11-2015, retrieved on 12-06-2019.

## Waar blijft de wet tegen geheimzinnig lobbyen?

Dat lobbyisten van bedrijven of grote organisaties meeschrijven aan wetteksten, niemand op het Haagse Binnenhof en de daaromheen liggende ministeries kan daarover verbaasd zijn. Kamerleden van alle partijen, coalitie of oppositie, maken er dankbaar gebruik van als ze een initiatiefwet willen indienen. **Common phenomenon, capitalism. Rationalization by referral to new lobby-premise.**

Het is altijd aan de politiek verantwoordelijken, zowel de minister als het parlement, of ze met de door lobbyisten ingebrachte voorstellen akkoord willen gaan. Eerste vereiste is dan wel dat iedereen weet wie waarvoor heeft gelobbyd en welke voorstellen zijn overgenomen. Dan is duidelijk welk belang wordt gediend en kan de afweging worden gemaakt of dit ook het algemeen belang dient. Met lobbyen is op zich niks mis. Bedrijven doen het, provincies doen het, TNO doet het, artsen doen het, de FNV doet het, ga zo maar door. Wel is er iets grondig mis met de onevenwichtigheid in de lobbywereld en de ondoorzichtigheid waarmee het lobbyen op het Binnenhof gepaard gaat. **Legalistic transparency. capitalism. Rationalization by referral to new lobby-premise.**

Grote bedrijven kunnen kapitalen uitgeven aan hun lobbypraktijken. Zo besteedt oliemaatschappij BP volgens eigen cijfers jaarlijks 2,75 miljoen euro om in Brussel bij de Europese Unie te lobbyen. Daar kunnen milieuorganisaties met hun veel kleinere budgetten niet tegenop. **legalistic transparency, Legalistic system change. Inverse legalistic authorizations.**

In Brussel worden gesprekken tussen EU-commissarissen en lobbyisten geregistreerd, in Nederland ontbreekt een dergelijke regel. Hier is niet openbaar wie in of rond het Binnenhof gesproken heeft met ministers, Kamerleden of hun medewerkers om het beleid te beïnvloeden. **legalistic transparency, Legalistic system change. Inverse legalistic authorizations.**

In Den Haag belooft de PvdA al jarenlang een wet om het lobbyen aan de huidige geheimzinnigheid en achterkamers te onttrekken. Maar opschieten doet het niet. Misschien wil de ironie wel dat het niet lukt om een goede wettekst te schrijven omdat geen lobbyist daarbij wil helpen. **legalistic transparency, Legalistic system change. Inverse legalistic authorizations.**

Maar dankzij cocogate is er nu momentum. Bovendien is de PvdA het aan zichzelf én aan hen die geen machtig lobby-apparaat achter zich hebben verplicht door te zetten. Op het ministerie van Binnenlandse Zaken zijn genoeg ambtenaren die tijd over hebben om te helpen met de wettekst. **Legalistic system change, democratic defect. Nationalism. Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorisation.**

Noodzaak ook bevestigd in <https://lobbywatch.nl/wp-content/uploads/2016/12/Lifting-the-Lid-on-Lobbying-Enhancing-Trust-in-Public-Decision-making-in-the-Netherlands.pdf>

### **Transparantere Haagse lobby vakkundig ten grave gedragen**

Slechts zo'n vijf procent van de Kamerleden rekenen lobbyisten van lobbykantoren tot de betrouwbaarste gesprekspartners, wijst een onlangs gepresenteerd onderzoek uit. Tegelijkertijd zien veel Kamerleden belangenbehartigers als een reddende engel in de lawine van informatie die hen overspoelt. Dus wordt de roep om meer transparantie welwillend aangehoord, maar al snel gesmoord. **Dependence. Neoliberalism. Democratic Narrativization.**

Kamerleden willen geen transparante lobby'. De leidende rol die minister Kamp naar zich toetrekt geeft weinig reden hoopvol te zijn dat de beïnvloeding door lobbyisten in de Haagse politiek werkelijk inzichtelijker wordt. Het onderzoek van Caelesta Braun, universitair hoofddocent aan de Universiteit Leiden, dat tijdens de seminar werd gepresenteerd, laat die hoop haast vervliegen. Niet alleen in het kabinet is weinig enthousiasme te bespeuren, ook de Kamer voelt zich nauwelijks geroepen om transparanter te zijn in haar contacten met belangenbehartigers, zo luidde de belangrijkste conclusie. Uit de antwoorden op andere vragen komt echter een heel ander beeld naar voren. De ondervraagden klagen over te weinig tijd, gebrek aan ondersteuning en een overdaad aan informatie. In al deze gevallen is de lobbyist de reddende engel. De onderzoekers hebben een aantal oud-Kamerleden en lobbyisten geïnterviewd die de uitkomsten becommentariëren en de knelpunten soms pijnlijk blootleggen. 'De Kamer kan niet zonder; lobbyisten kunnen de kernboodschap even snel samenvatten, daar heb je als Kamerlid geen tijd voor,' zegt een voormalig Kamerlid. **Dependence. Neoliberalism. Humanisme Democratic Narrativization.**

Ook Kamp deed nog een duit in het zakje. Zijn houding over het transparanter maken van het besluitvormingsproces is helder: 'Als er iets was dat beter kon, dan hadden we het wel gedaan.' Het moge duidelijk zijn, van Kamps kant valt weinig te verwachten, de sector wijst alles met een glimlach af en de Tweede Kamer loopt er ook nauwelijks warm voor. De kans dat er serieuze veranderingen komen die meer inzicht geven in de beïnvloeding op het Haagse besluitvormingsproces is in de ijskast gezet. **Neoliberalism. Political narrativization.**

## Zonder lobby geen democratie

De invloedrijkste lobbyist kan in Nederland tegelijkertijd volksvertegenwoordiger zijn. Dat er geen haan naar kraait laat zien hoe vanzelfsprekend het is dat particuliere belangen doordringen tot het centrum van de politiek. De honderden lobbyisten die in Den Haag hun activiteiten ontplooiën lijken, kortom, niet meer weg te denken uit het hart van onze democratie. Lijken, want dat wegdenken gebeurt in werkelijkheid continu. Terwijl het in verhitte debatten of theoretische verhandelingen over democratische vernieuwing gaat over kiessystemen en de mate van burgerinspraak, blijft de beïnvloeding van volksvertegenwoordigers onbesproken. In de praktijk maken lobbyisten deel uit van de dagelijkse politieke besommeringen, maar ontbreekt het aan een constructief debat over wat hun rol zou moeten zijn. **Legalistic system change, democratic defect. Nationalism Democratic narrativizations.**

Wat zou er gebeuren als de lobbyist in de praktijk net zo afwezig is als in de theorie? Niet alleen lobbyisten stellen dat democratie niet zonder hen kan. Ook beleidsmakers doen dat, zoals Kamerleden Bouwmeester en Oosenburg in hun initiatiefnota over lobby. De informatie die ze aandragen maakt hen eenvoudigweg onmisbaar. ‘Je kan niet 150 Kamerleden opsluiten en denken dat ze de wereld kennen’, vertelt Henk van Ginkel, lobbyist voor de Nederlandse bloemenveilingen. ‘Om de best mogelijke wetten te maken is het nodig om overal informatie vandaan te halen, zeker met een regering die de hemel op aarde wil maken.’ Het belang van lobby is dat het de maatschappij dichter bij de politiek brengt, aldus verschillende lobbyisten. Lobbyisten brengen hun bijdrage dan ook graag in verband met de kwaliteit van wet -en regelgeving. ‘De lobby heeft niet goed gewerkt als de politiek met een gedrocht van een wet komt. De eerste die met nieuwe regels in aanraking komt is mijn achterban en voor hen zijn dan de problemen. Om dat weer onder de aandacht van de politiek te brengen is een nieuwe lobby nodig’, aldus Van Ginkel. **Improvement of legislation. Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

Terwijl lobbyisten als oliemannetjes het parlementaire proces draaiende houden, ontbreekt het aan enige wetgeving die hen reguleert. Bouwmeester wil daar verandering in brengen en werkt aan een wetsvoorstel. Lobbyisten staan open voor de wettelijke controle, maar vragen zich openlijk af of het veel zal helpen. **legalistic transparency, Legalistic system change. Inverse legalistic authorizations.**

Ze zeggen niks tegen een wet te hebben, maar stellen ook dat beïnvloeding moeilijk te vangen is in registers en regels. Bovendien, wie kwaad in de zin heeft kan dat ook met wetgeving nog doen. **Legalistic system change. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/kabinet-komt-in-beweging-tegen-lobby-invloed?share=1>.  
Published on 24-11-2016, retrieved on 18-06-2019.

### **Kabinet wil transparantie lobby-invloed vergroten**

Het kabinet reageerde voor het weekend eindelijk op de initiatiefnota 'Lobby in daglicht'. Het plan van Tweede-Kamerleden Bouwmeester en Oosenbrug is het enige concrete politieke voorstel voor meer regels rondom lobbying. Een verdeeld kabinet heeft nu eindelijk de intentie om lobby-invloed inzichtelijker te maken. Bijna een jaar heeft de brief van het kabinet over de initiatiefnota 'Lobby in daglicht' op zich laten wachten. Pas afgelopen donderdag verstuurd minister van Binnenlandse Zaken Ronald Plasterk een reactie op het plan van de Kamerleden Bouwmeester en Oosenbrug. In de nota, die december vorig jaar werd gepresenteerd, deden de kamerleden veertien voorstellen om iedereen een eerlijke kans te geven op het beïnvloeden van wet- en regelgeving. Het is het enige concrete politieke plan om iets meer inzicht te krijgen in de Haagse lobbyactiviteiten. **Sluggish change regarding lobbyism neoliberals "Dramatic" democratic Narrativization.**

In het parlement kwamen de handen ook maar moeizaam op elkaar voor het initiatief. Ondanks de weinig concrete toezeggingen van de regering is Lea Bouwmeester hoopvol gestemd. 'Het uitgangspunt is positief. Het kabinet erkent dat we goede voorstellen hebben. Ook staat het nu op de agenda. De regering heeft nooit over deze onderwerpen nagedacht en heeft dat nu voor het eerst gedaan. Nu moeten we nog van mooie woorden naar concrete daden.' **Sluggish change regarding lobbyism "Dramatic" democratic Narrativization.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/interview-frissen?share=1>. Published on 14-04-2016, retrieve on 18-06-2019.

### **Totale transparantie brengt de samenleving in gevaar**

Anders dan veel andere Europese landen heeft Nederland geen enkele lobbyregulering. Nu lobbyen volop op de politieke agenda staat lijkt daar enige verandering in te komen, al gaat het met horten en stoten. **legalistic transparency, Legalistic system change. Inverse legalistic authorizations.**

Tekenend is de tegenstrijdige boodschap die de regering verkondigt. Zo zegde minister van Financiën Jeroen Dijsselbloem onlangs toe een zogenaamde lobbyparagraaf toe te voegen aan zijn wetsvoorstellen. In zo'n paragraaf wordt aangegeven wie bij het ministerie hebben gelobbyd. Maar diezelfde dag nog liet zijn collega bij Economische Zaken, Henk Kamp, een volstrekt ander geluid horen. Hij zei geen enkel heil te zien in zo'n paragraaf. **Legalistic system change. Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorisation.**

Niet alleen in het kabinet, maar ook in de Tweede Kamer ontbreekt het aan eenduidigheid. Na jarenlange aankondigingen presenteerde PvdA-kamerlid Lea Bouwmeester samen met haar collega Astrid Oosenbrug begin dit jaar een initiatiefnota die de Haagse lobby nu eindelijk eens moet gaan reguleren. Vooral de christelijke en liberale partijen hebben

binnenkamers bezwaren tegen het plan geuit. Toch lijkt men het over één ding eens te zijn: meer transparantie over lobbyen is wenselijk. Zelfs de beroepsvereniging van lobbyisten, de BVPA, pleit er vurig voor. **Legalistic system change. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Door de centrale positie van transparantie in onze democratie is meer openheid over lobbyen en het Haagse besluitvormingsproces ook nodig, vindt Frissen. ‘De discussie rond de lobby is interessant omdat hij raakt aan het eigenlijke doel van transparantie. Transparantie stelt het parlement, media en burgers in staat om de gedragingen en beslissingen van machthebbers te controleren. Daartoe moet je weten wat die beslissingen zijn, hoe die zijn genomen en welke belangen en invloeden daar een rol bij hebben gespeeld. Het is dan ook een goed idee om bij elk beleid zichtbaarheid af te dwingen met betrekking tot het besluitvormingsproces.’ **Legalistic transparency. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Met onze fixatie op transparantie worden doel en middel omgedraaid. De mogelijkheden om invloed in beeld te brengen worden tot doel verheven, terwijl de echte beïnvloeding zich aan het zicht weet te onttrekken. Dat leidt volgens Frissen tot een verregaande bureaucrativering die nergens toe dient en die politici en bestuurders bovendien ontslaat van de plicht om zelf verantwoordelijkheid te nemen. Het zijn de voornaamste bezwaren die ook de VVD en het CDA hebben bij de voorgestelde lobbyregels. Transparantie is dus noodzakelijk voor de democratie, maar draagt ook het gevaar in zich dat ze diezelfde democratie bedreigt. Bovendien leidt onze behoefte aan transparantie tot allerlei regels die ons nauwelijks meer inzicht bieden. Hoe moeten we dan omgaan met transparantie? Voor Frissen ligt de oplossing bij het versterken van instituties en van de *checks and balances*. Transparantie is ook een deel van de oplossing, maar niet met de aanname dat transparantie het hoogste goed is, zoals nu vaak het geval is. ‘Het versterken van instituties moet niet worden gedaan vanuit de wens dat daardoor de achterkamertjes verdwijnen. Het is alleen maar zinvol als dat gebeurt vanuit het uitgangspunt dat sommige zaken ook niet zichtbaar zullen worden. Veel van wat nu nagestreefd wordt, is niet een stelsel van checks and balances, maar een totaal gecontroleerde en gebureaucratiseerde orde. Het verlangen naar totale transparantie brengt mensen en de samenleving alleen maar in gevaar.’ **Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

<https://www.somo.nl/nl/a-structural-problem-the-shadows-lobby-by-banks-the-netherlands/>.

Published on 22-11-2016, retrieved on 19-06-2019.

#### **A structural problem in the shadows**

Dit SOMO-rapport onderzoekt specifieke aspecten van lobby-activiteiten van de Nederlandse banken ABN AMRO, ASN Bank, ING, Rabobank, SNS Bank en Triodos. Hoe transparant zijn banken over hun activiteiten? Hoe zijn de contacten tussen het Ministerie en de banken? Welke invloed hebben ze op het Ministerie van Financiën? Het onderzoek richt zich specifiek op de besluitvormingsprocessen voor nieuwe financiële wetgeving. **Transparency. Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

The awareness, responsibility and accountability by each bank for its interactions, lobbying activities and positions could be increased by adopting a comprehensive policy with guidelines for each bank, or collectively by all Dutch banks, that cover amongst others: • transparency (of lobbying position, lobbying activities, costs, memberships, etc.), • integrity

(which codes of conduct are being followed, for example), • CSR (no contradiction to sustainability objectives, no harm to society and the public interest), • coordination and supervision of all lobbying positions, • defining who is finally responsible and therefore accountable for lobbying positions and activities, and if appropriate, for (redressing) excessive or undue behaviour, • the level of engagement in and responsibility for positions and lobbying activities of financial industry associations, to avoid abuses of representation and excessive lobbying. **Legalistic transparency. capitalism Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/lobbyparagraaf-dode-letter-of-transparantie?share=1>.

<https://lobbywatch.nl/worden-werkzaamheden-lobbyisten-langzaam-zichtbaar/>. Published on 09-01-2017, retrieved on 19-06-2019.

### Worden de werkzaamheden van lobbyisten langzaam zichtbaar?

Hoeveel invloed hebben lobbyisten op wetten? Om dat inzichtelijk te maken zou er een lobbyparagraaf moeten komen. Na de ophef over de bankenlobby beloofde minister Dijsselbloem zo'n paragraaf op te stellen, maar maakt die de lobby nu echt transparanter of is het een wassen neus? De lobbyparagraaf vaak als een goed middel beschouwd om de invloed van lobbyisten inzichtelijk te maken. Zo'n lobbyparagraaf of *legislative footprint* moet een overzicht bieden van partijen die hebben gelobbyd op een specifiek voorstel, en geeft een overzicht van hun wensen dienaangaande. Daarnaast moet het inzicht geven in de belangenafweging van de wetgever. Is het voorstel aangepast na interventie door lobbyende partijen? Zo ja, dan moet worden uitgelegd waarom. Zo biedt de lobbyparagraaf niet alleen meer inzicht in de invloed van lobbyisten, maar waarborgt deze eveneens dat relevante partijen betrokken zijn. Tegelijk toont de lobbyparagraaf zeker niet de hele lobbydynamiek rond een wet. Het is een kleine stap in de goede richting, maar voor Nederlandse begrippen is het een niet eerder vertoonde actie om lobby transparanter te maken. Wie weet is het een opmaat naar meer. 'Het is meer evolutie dan revolutie,' zegt Hasekamp. 'Absolute transparantie bestaat niet, dus het zal altijd zoeken zijn naar wat zinvol is. Maar ik heb wel het gevoel dat we nog niet het eindpunt van deze ontwikkeling hebben bereikt.' **Sluggish change regarding lobbyism. neoliberalism Democratic Narrativization.**

## Phase II

<https://nos.nl/artikel/2201878-grote-bedrijven-zetten-onderhandelaars-kabinet-onder-druk.html>. Published on 08-11-2017, retrieved on 16-01-2019.

### 'Grote bedrijven zetten onderhandelaars kabinet onder druk'

De onderhandelaars van VVD, CDA, D66 en CU zeggen dat zij hebben besloten de dividendbelasting te schrappen op aandringen van vier grote internationale bedrijven. Die zeiden dat dat zwaar zou meewegen bij hun besluit om in Nederland te blijven. **Corporate pressure. Capitalism. Moralization of the lobby-premise.**

Vorige week, tijdens het debat over de regeringsverklaring, vroeg GroenLinks-leider Klaver aan premier Rutte met welke bedrijven hij dan had gesproken over de dividendbelasting. PvdA-leider Asscher suggereerde dat Rutte onder het genot van een glas champagne deze deal had gesloten. Rutte wilde er weinig over zeggen, behalve dat de coalitie dit besluit had genomen omdat Nederland het anders verliest van omliggende landen als Frankrijk, Duitsland en Groot-Brittannië, ook in verband met de brexit. Het vertrek van multinationals zou tienduizenden banen kunnen kosten. De linkse oppositie noemde de belasting een cadeautje voor het bedrijfsleven en een "heilloze weg". Premier Rutte zei dat met het handhaven van de belasting onverantwoorde risico's worden genomen: het gaat om tienduizenden banen. **Corporate pressure. Capitalism Neoliberalism. Moralization of the lobby-premise.**

<https://nos.nl/artikel/2228624-geloofwaardigheid-van-kabinet-staat-op-het-spel-in-kwestie-dividendbelasting.html>. published on 23-04-2018, retrieved on 12-06-2019.

### 'Geloofwaardigheid van kabinet staat op het spel in kwestie dividendbelasting'

De top van het kabinet en de coalitiepartijen buigen zich vandaag opnieuw over de oploeiende discussie over de omstreden afschaffing van de dividendbelasting. Mogelijk deze week debatteert de Tweede Kamer over niet-openbare memo's over de gevolgen van dit belastingvoordeel voor internationale bedrijven. Het wordt een zwaar debat voor het kabinet, zegt NOS-verslaggever Xander van der Wulp op NPO Radio 1. "De geloofwaardigheid staat op het spel." Het gaat om het aanzien van de premier en dat is een "pijnlijke plek" voor Rutte, zegt Van der Wulp. "Men vraagt zich af of hij een leugenaar is of dat hij lijdt aan dividenddementie." **Corporate pressure. Capitalism. Moralization of the lobby-premise.**

<https://nos.nl/artikel/2249519-lobby-tegen-dividendbelasting-al-jaren-aan-de-gang.html>. Published on 08-09-2018, retrieved on 12-06-2019.

### Lobby tegen dividendbelasting al jaren aan de gang

Al sinds tenminste 2005 lobbyen grote Nederlandse bedrijven bij de overheid tegen de dividendbelasting. Dat blijkt uit interne stukken die het kabinet heeft vrijgegeven na zogeheten WOB-verzoeken. Zo sprak Unilever in april 2005 al met het toenmalige kabinet over de dividendbelasting en opnieuw in 2007. "Ons bedrijf heeft de laatste jaren intensief gepleit voor afschaffing van de dividendbelasting en er is een aantal goede stappen gemaakt in die richting", schreef het bedrijf destijds in een mail aan staatssecretaris van Financiën De Jager. Unilever zegt nog veel meer over de dividendbelasting in de mail, maar dat is allemaal **onleesbaar gemaakt** (pag. 69). In oktober 2010 werd Rutte voor het eerst premier en twee maanden later overlegde hij met Shell over "het Nederlandse vestigingsklimaat en de dividendbelasting." **Corporate pressure. Capitalism. Neoliberalism. Political Narrativization.**

<https://nos.nl/artikel/2207548-kamer-praat-over-afschaffen-dividendbelasting-ec-waarschuwt-al-jaren-doe-het-niet.html>. Published on 14-12-2017, retrieved on 03-04-2019.

#### **Kamer praat over afschaffen dividendbelasting, EC waarschuwt al jaren: 'Doe het niet'**

De maatregel is vooral gunstig voor buitenlandse investeerders en bedrijven - en dat is ook de bedoeling. Het nieuwe kabinet wil het aantrekkelijker maken voor buitenlandse bedrijven om zich hier te vestigen of hier te blijven. Shell, AkzoNobel en Unilever geven uitleg over de voordelen van het schrappen van de dividendbelasting. Behalve de multinationals komen er ook experts langs die de voor- en nadelen schetsen. **Rationalization by referral to the classic lobby-premise.**

<https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2202801-discussie-over-afschaffen-dividendbelasting-duurt-voort.html>. Published on 14-11-2017, retrieved on 10-06-2019.

#### **Discussie over afschaffen dividendbelasting duurt voort**

De storm rond het kabinetsplan om de dividendbelasting af te schaffen is nog niet gaan liggen. Premier Mark Rutte moet morgen in de Tweede Kamer opnieuw uitleg geven over het besluit. Veel oppositiepartijen plaatsen vraagtekens bij de maatregel die de schatkist 1,4 miljard kost. **Corporate pressure. Capitalism. Neoliberalism. Political Narrativization.**

Volgens de regeringspartijen staat daar behoud van werkgelegenheid en een goed vestigingsklimaat tegenover. Maar de oppositie denkt daar anders over. Ze vinden dat het geld die de belasting oplevert beter kan worden besteed en dat het kabinet zich laat chanteren door de grote bedrijven. PvdA-leider Lodewijk Asscher vindt dat met de 1.4 miljard euro hele andere dingen gedaan kunnen worden en noemt de maatregel een 'sinterklaascadeau voor beleggers'. **Corporate pressure. Capitalism Neoliberalism. Moralization of the lobby-premise.** Zie ook: Mathijs Bouman: <https://nos.nl/nieuwsuur/video/2203022-wat-betekent-die-afschaffing-van-de-dividendbelasting.html>

<https://www.trouw.nl/democratie/de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-lijkt-van-de-baan-en-dat-is-pijnlijk-voor-rutte~ac2b26d2/>. Published on 05-10-2018, retrieved on 10-05-2019.

### **De afschaffing van de dividendbelasting lijkt van de baan, en dat is pijnlijk voor Rutte**

Wat de voltallige oppositie, coalitiepartners van de VVD, het midden- en kleinbedrijf, economen, hoogleraren, het Amerikaanse bedrijfsleven én de publieke opinie niet voor elkaar kregen, lukte Unilever in een halve dag. Uitgerekend een van de internationale concerns voor wie de afschaffing van de dividendbelasting in de eerste plaats bedoeld was. Enkele uren nadat het Brits-Nederlandse Unilever vanochtend de geplande verhuizing naar Rotterdam in de ijskast zette, kondigde premier Rutte aan dat het kabinet het brede pakket aan maatregelen voor het bedrijfsleven zal 'heroverwegen'. De stap van Unilever noemde Rutte daarvoor een relevant gegeven. Daarmee lijkt afschaffing van de dividendbelasting van tafel. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.trouw.nl/opinie/afschaffing-dividendbelasting-kent-geen-goede-argumenten~a9405df4/>. Published on 29-08-2018, retrieved on 11-06-2019.

### **Afschaffing dividendbelasting kent geen goede argumenten**

Integriteit. Tot slot biedt ook de integriteitsethiek weinig steun. Allereerst, hoe integer is het voor een politicus om pas na de verkiezingen een voorstel van Shell, Unilever en VNO-NCW te aanvaarden, zonder de bevolking de kans te geven zich hierover uit te spreken? Hieruit spreekt minachting voor de democratie. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Vervolgens werd Nederland geconfronteerd met de ontluisterende wijze waarop VVD-bewindsliden ontkenden dat er nota's bestonden, die later wel bleken te bestaan. Ook is gebleken dat 'Wederzijds profijt' mede gefinancierd was door Shell, zonder dat dit door de onderzoekers was vermeld. Grote bedrijven bewerkten niet alleen de politiek om belastingvoordelen te behalen, maar zetten ook de wetenschap naar hun hand. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-corporate**

Discretie vereiste dat dit niet bekend werd. Maar nu dit toch op straat ligt, bladdert de betrouwbaarheid van zowel politici als wetenschappers af. Immers, premier Rutte kreeg een motie van afkeuring aan zijn broek, terwijl tegen de onderzoekers van het rapport 'Wederzijds profijt' inmiddels een integriteitszaak loopt bij de Erasmus Universiteit. Grote bedrijven als Shell hebben hierdoor onbedoeld een corrumperende invloed op politiek en wetenschap. Dit versterkt de voedingsbodem voor politieke partijen die garen spinnen bij het gebrek aan vertrouwen in politiek en wetenschap. Als zij bij de volgende verkiezingen winnen, kunnen wij pas echt economische schade verwachten. Dit laat geen andere conclusie dan dat afschaffing van de dividendbelasting niet uit te leggen is aan de Nederlandse bevolking. Als het kabinet eerlijk is, trekt het daarom deze maatregel in. Laat premier Rutte zichzelf overwinnen en met een beter plan komen. Dan toont hij zich waarlijk premier van Nederland in plaats van premier van het internationale bedrijfsleven. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

<https://www.trouw.nl/opinie/spectaculair-hoe-mark-rutte-zich-ontpopt-als-martelaar-voor-de-heilige-zaak~af8e0e28/>. Published on 24-08-2018, retrieved on 09-06-2019.

### **Spectaculair hoe Mark Rutte zich ontpopt als martelaar voor de heilige zaak**

Het meest spectaculaire van deze gang van zaken lijkt mij dat Rutte zich ontpopt als een man van diep gewortelde principes. Vriend en vijand raden het plan af, de kiezers moeten er niks

van hebben, zelfs *De Telegraaf* ziet er niets in, maar de premier houdt voet bij stuk en presenteert zich als martelaar voor een heilige zaak. Het is ‘in zichzelf een bizarre en vreselijke’ maatregel, zei hij deze week na coalitieoverleg. “Je gaat toch niet voor je lol belastingvoordeel geven aan buitenlandse aandeelhouders.” Echt, als het niet moest, zou hij het niet doen. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Tegenspartelend. En waarom moest het ook alweer? Vanwege het algemeen belang, zei Rutte. Vanwege de werkgelegenheid. Maar dat argument wordt zelfs door het bedrijfsleven niet serieus genomen, dat wil zeggen: door vrijwel geen enkel bedrijf behalve Shell en Unilever. Zij waren het, zo moest het kabinet tegenspartelend prijsgeven, die deze belastingafschaffing bij de VVD bestelden. Alleen dan zouden ze hun hoofdkantoren in Nederland kunnen handhaven. “Tegenover Unilever, dat besloot in Rotterdam te blijven, zitten we er moreel aan vast”, aldus fractievoorzitter Dijkhoff. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.trouw.nl/opinie/rutte-heeft-genante-vertoning-over-zichzelf-afgeroepen~a15a122e/>. Published on 27-04-2018, retrieved on 12-06-2019.

#### **Rutte heeft gênante vertoning over zichzelf afgeroepen**

Over de inhoudelijke argumentatie voor de afschaffing zal nog een scherp debat moeten volgen, duidelijk is hoe dan ook dat er heel wat tegen in te brengen valt. Maar woensdag ging het vooral over documenten die bij het besluit een rol hebben gespeeld. En geheel tegen de traditie in kwam een deel van de stukken uit het formatieproces op tafel die normaal uit zicht blijven van Kamer en belangstellenden. De regering voelde zich daartoe gedwongen nadat ze eerder had gesuggereerd dat dergelijke documenten niet bestaan en deze krant vervolgens bekendmaakte dat die suggestie niet klopte. **Shadow decision making. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Hoofdpijndossier. Door zo schimmig te doen over de aard van de onderliggende documenten en ook na vragen daarover in een Kamerdebat van november de feiten niet op een rij te krijgen, heeft premier Rutte de vertoning van woensdag over zichzelf afgeroepen. Door bovendien mist te creëren over het overleg tussen betrokken ministeries over de Wob-verzoeken naar die documenten, heeft hij het alleen maar erger gemaakt. Juist bij een omstreden en kostbare beslissing (1,4 miljard euro per jaar) is het schadelijk voor het aanzien van de politiek als de wijze waarop de besluitvorming tot stand komt steeds verder in nevelen wordt gehuld. Sommige besluiten zijn niet eenvoudig te verdedigen uiteraard, en de coalitiepartners van de VVD krijgen er nog een harde dobber aan inhoudelijk achter deze concessie aan de liberalen te blijven staan. De opposenten van de afschaffing hebben in de vrijgegeven stukken bovendien extra argumenten in handen gekregen, onder meer met opvattingen van ambtenaren. De regering heeft op deze manier een toch al lastige en omstreden keuze tot een hoofdpijndossier gemaakt. **Shadow decision making. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.trouw.nl/opinie/hoe-geloofwaardig-is-het-schermen-met-tarieven-als-grote-bedrijven-hun-eigen-deals-kunnen-sluiten~a550f775/>. Published on 17-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

**Hoe geloofwaardig is het schermen met tarieven als grote bedrijven hun eigen deals kunnen sluiten?**

Komt dat zien, komt dat zien: de afschaffing van de afschaffing van de dividendbelasting! Een circus vol adembenemende trucs, dat begon in de formatie, toen de VVD dit thema in het regeerakkoord wist te fietsen. Nadat Mark Rutte al zijn politieke kapitaal had ingezet om het Unilever naar de zin te maken, werd hij per sms'je afgeserveerd: Sorry, we komen toch maar niet naar Rotterdam. **Neoliberalism. Political Narrativization.**

<https://beta.trouw.nl/nieuws/jesse-klaver-parlementaire-enquete-nodig-voor-belastingafspraken~bb4a9146/>. Published on 18-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

#### **Jesse Klaver: Parlementaire enquête nodig voor belastingafspraken**

Klaver beschouwt de door deze krant onthulde afspraak uit 2005 tussen Shell en de Belastingdienst als ordinaire vriendjespolitiek. "Rond de afschaffing van de dividendbelasting ontstond al het beeld dat een bedrijf als Shell maar met de vingers hoeft te knippen en een kabinet doet wat het bedrijf wil, maar hier gaat de beerput pas echt open. Het lijkt er op dat de Belastingdienst meewerkt aan belastingontduiking om een fusie mogelijk te maken. Het is ongehoord." **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://beta.trouw.nl/opinie/shell-moet-in-volle-openbaarheid-te-werk-gaan~b80f75fe/>. Published on 18-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

#### **Shell moet in volle openbaarheid te werk gaan**

Shell kan niet verweten worden zaken naar zijn hand te zetten als het bedrijf daar de kans toe krijgt. Degene die die kans biedt valt iets te verwijten. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

<https://beta.trouw.nl/opinie/adam-smith-schreef-het-al-politici-moeten-niet-naar-bedrijven-luisteren~bf7ab3c1/>. Published on 25-04-2019, retrieved on 12-06-2019.

#### **Adam Smith schreef het al: politici moeten niet naar bedrijven luisteren**

In zijn bekende boek *The Wealth of Nations* beargumenteert Smith dat ondernemers heel goed weten wat hun eigen belang dient, maar zich veel minder bekommeren om het algemeen belang. In veel gevallen wijkt het belang van ondernemers af en is het zelfs tegenstrijdig aan het algemeen belang, volgens Adam Smith. Elk voorstel voor een wetwijziging uit de hoek van ondernemers moet daarom "met grote voorzichtigheid worden overwogen, en zou nooit moeten worden aangenomen voordat het lang en zorgvuldig is onderzocht, niet alleen met de meest nauwgezette aandacht, maar met de grootste argwaan". Want, zo laat Smith volgen, ondernemers hebben een belang om het publiek te misleiden en hebben dat in veel gevallen ook daadwerkelijk gedaan. **Democratic Narrativization.**

Helemaal gerust ben ik er niet op. De vraag blijft op basis van welke informatie dit ingrijpende besluit dan wel is genomen. Naar mijn weten is er geen overtuigend wetenschappelijk bewijs dat deze maatregel rechtvaardigt. Het gevoel leeft breed dat premier

Rutte te veel zijn oren heeft laten hangen naar de wensen van het bedrijfsleven en te veel de neiging heeft gehad de belangen van het bedrijfsleven te vereenzelvigen met de belangen van BV Nederland, iets waartegen Adam Smith ons juist waarschuwt. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://beta.trouw.nl/nieuws/wiebes-verwachtte-tegenprestatie-van-unilever-en-shell-voor-afschaffing-dividendbelasting~ba5deb39/>. Published on 25-04-2018, retrieved on 12-06-2019.

#### **Wiebes verwachtte tegenprestatie van Unilever en Shell voor afschaffing dividendbelasting.**

Ruilmiddel: Pikant is dat Wiebes het afschaffen van de dividendbelasting zelfs als troef in de onderhandelingen met Shell over het terugbrengen van de aardgaswinning in Groningen zag. De ‘afspraken’ of ‘gewijzigde arrangementen’ zouden ook ‘m.b.t. de aardgaswinning’ te maken zijn, zo staat in het stuk. Het feit dat Wiebes een tegenprestatie verwachtte van Unilever en Shell bevestigt de grote rol die de bedrijven achter de schermen hebben gehad in het besluit om de dividendbelasting af te schaffen. Uit de andere documenten die gisteren door premier Rutte openbaar zijn gemaakt blijkt dat ambtenaren veelvuldig contact onderhielden met die bedrijven. Zelfs na afloop van de onderhandelingen zou opnieuw contact gezocht worden met Shell en Unilever. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://beta.trouw.nl/nieuws/van-de-rozenkwekers-tot-het-grootkapitaal-alle-lobbybrieven-aan-de-formateur-zijn-nu-openbaar~bed01dcf/>. Published on 06-12-2017, retrieved on 10-06-2019.

#### **Van de rozenkwekers tot het grootkapitaal: alle lobbybrieven aan de formateur zijn nu openbaar**

Volgende week houdt de linkse vriendenclub van Lodewijk Asscher, Jesse Klaver en Emile Roemer een hoorzitting over het schrappen van de dividendbelasting. Een op het oog kansloze exercitie: het kabinet zal deze maatregel uit het regeerakkoord, die de schatkist 1,4 miljard euro kost, niet terugdraaien. Dat weet de oppositie ook. Maar het onderwerp is te mooi om niet maximaal uit te melken. Dus zullen de linkse fractievoorzitters allerlei financieel deskundigen optrommelen om te laten verklaren dat afschaffen van de dividendbelasting een onzinnig besluit is. Dat het vooral een cadeau voor buitenlandse beleggers is. **Corporate pressure. Capitalism Neoliberalism. Political Narrativization.**

<https://www.trouw.nl/democratie/de-vvd-lobbyde-jarenlang-voor-een-afschaffing-van-de-dividendheffing~a9f76234/>. Published on 08-11-2018, retrieved on 20-06-2019.

#### **De VVD lobbyde jarenlang voor een afschaffing van de dividendheffing**

De VVD dringt achter de schermen al jarenlang aan op het afschaffen van de dividendbelasting. Al in 2011 pleitte een interne belastingcommissie van de partij daarvoor bij toenmalig staatssecretaris van financiën en partijgenoot Frans Weekers. In 2015 herhaalde de VVD het pleidooi bij toenmalig staatssecretaris en tevens partijgenoot Eric Wiebes. Met de stukken zijn ook memo's geopenbaard van de VVD waarin gepleit wordt voor het afschaffen van de dividendbelasting. Dat is opvallend, aangezien premier Mark Rutte en minister Eric Wiebes stelden geen herinnering te hebben aan dergelijke stukken. Bovendien wordt in verkiezingsprogramma's van de VVD geen melding gemaakt van de wens om de dividendbelasting af te schaffen. **Corporate pressure. Capitalism Neoliberalism. Political Narrativization.**

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/de-dividendbelasting-is-afgeschaft-maar-niemand-in-den-haag-weet-waarom~b4693074/>. Published on 03-11-2017, retrieved on 12-06-2019.

### **De dividendbelasting is afgeschaft, maar niemand in Den Haag weet waarom**

Geen enkele partij repte voor de verkiezingen ook maar een woord over het afschaffen van de dividendbelasting. Toch stond die maatregel opeens in het regeerakkoord. Het spoor naar de bron van die onverwachte maatregel leidt naar de werkgeverslobby. Shell schreef in aanloop van de verkiezingen een brief aan alle partijen. 'Schaf de dividendbelasting af', staat in het document. 'De dividendbelasting werkt marktverstrend en dat is nadelig voor de concurrentiepositie van Nederland als vestigingsland.' De hartekreet van Shell kwam in geen enkel verkiezingsprogramma terecht. Maar hij dook wel op in een brief van VNO-NCW die eind maart naar de formatietafel ging. Om ondernemers ruimte te geven te investeren, schrijven de werkgevers, moet de dividendbelasting 'substantieel' omlaag. Daarna volgt tussen haakjes: '(uiteindelijk afschaffing)'. Meer sporen zijn er niet. Hoeft ook niet, want al decennia wordt de krachtigste lobby in Den Haag gevoerd door de werkgevers. Als zij de informateur en de onderhandelende partijen een verlanglijstje sturen, kunnen ze er zeker van zijn dat die brief door alle ontvangers wordt gespeld. Lobby geslaagd. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-niemand-wilde-het-en-toch-gaat-het-door~b0b0b010/>. Published on 25-04-2018, retrieved on 12-06-2019.

### De afschaffing van de dividendbelasting: niemand wilde het en toch gaat het door

De afschaffing daarvan is grotendeels te danken aan een onvermoeibare campagne van het grote bedrijfsleven en de belastingadviesbranche. Zij maakten slim gebruik van de recente problemen bij enkele grote multinationals om de omstreden maatregel het regeerakkoord in te lobbyen. Dit met hulp van natuurlijke medestander VVD, die de maatregel op een cruciaal moment in de kabinetsformatie op de onderhandelingstafel legde. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Uit de formatiestukken blijkt dat Shell en Unilever hun dreigement uit Nederland te vertrekken als breekijzer hebben gebruikt om van de dividendbelasting af te komen. Shell schrijft in 2016 als 'input voor de verkiezingsprogramma's van 2017' dat de dividendbelasting reden zou kunnen zijn om Nederland als vestigingsplaats voor 'een nieuw hoofdkantoor' te mijden. Unilever-topman Paul Polman heeft in juni een ontmoeting met staatssecretaris Wiebes. Hun gesprek gaat onder andere over de dividendbelasting en vindt plaats in de context van de mogelijke verplaatsing van het Unilever-hoofdkantoor van Rotterdam naar Londen. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Opvallend is het verschil in opvattingen tussen het ministerie van Financiën en dat van Economische Zaken (EZ). Beide ministeries voerden gedurende de formatie een 'Slag van de Memo's'. De ambtenaren van Financiën (die in de eerste plaats de belangen van de schatkist dienen) dragen vooral argumenten tegen het afschaffen van de dividendbelasting aan, terwijl EZ (dat dichter aanschurkt tegen het bedrijfsleven) juist de voordelen daarvan benadrukt en 'graag afscheid neemt van de dividendbelasting'. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Economische Zaken geeft de onderhandelaars een heel ander advies: 'Het lijkt goed de dividendbelasting met het oog op het vestigingsklimaat serieus te heroverwegen. Het afschaffen van de dividendbelasting moet budgettair gecompenseerd worden, maar dit moet verstandig beleid uiteindelijk niet in de weg staan. Op het mondiale speelveld kan belastingheffing een doorslaggevende rol spelen in de vestigingsplaatskeuze van bedrijven.' Wiebes is zijdelings bij de formatieonderhandelingen betrokken als fiscaal expert aan de 'belastingtafel', maar is tegelijkertijd demissionair staatssecretaris van Financiën. Hij benut die dubbelfunctie om 'zijn' ambtenaren (die dus overwegend sceptisch zijn over dit voorstel) een nieuw memo op te laten stellen dat een rooskleuriger beeld schetst van de effecten van de belastingmaatregel. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/als-je-shell-heet-of-unilever-mag-je-vrij-pinnen-bij-het-torentje~ba1af446/>. Published on 26-06-2018, retrieved on 14-06-2019.

**Als je Shell heet, of Unilever, mag je vrij pinnen bij het Torentje.**

Er was over gejengeld door Unilever en door Shell en door nog wat firma's, zoals Unilever en Shell en nog wat firma's altijd jengelen om minder, minder, minder. **Corporate pressure.**

Het beeld is: als je Shell heet, of Unilever, mag je vrij pinnen bij het Torentje. Daar zit een kern van waarheid in, want de groten hebben altijd beter kunnen kapitaliseren op hun machtspositie dan de kleineren. Niet voor niets brak er vorig jaar onenigheid uit binnen VNO-NCW omdat de lobby in Den Haag zich concentreert op de wensen van een handvol multinationals, terwijl middelgrote en kleine bedrijven zich onderbedeeld voelen, en dat vermoedelijk ook zijn. **Corporate pressure. Capitalism Neoliberalism. Political Narrativization.**

Waarmee de afschaffing van de dividendbelasting voor een paar geprivilegieerden symbool is komen te staan voor alles wat er mis is met deze vorm van politiek bedrijven. Er is een politiek establishment gecreëerd dat zo vaak is weggekomen met verduistering van informatie en met niet uitleggen van het onuitlegbare, dat het een tweede natuur is geworden. **Corporate pressure. Capitalism Neoliberalism. Democratic Narrativization.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/paul-polman-de-man-die-bijna-2-miljard-euro-uit-de-schatkist-grabbelde-om-een-belasting-af-te-schaffen-die-hem-niet-zinde~bb92567bd/>.

Published on 25-11-2018, retrieved on 12-06-2019.

**Paul Polman, de man die bijna 2 miljard euro uit de schatkist grabbelde om een belasting af te schaffen die hem niet zinde.**

Of we het aan Ruttes oproep hebben te danken, weet ik niet, maar afgelopen weekend stond Paul Polman groot met een interview in het *AD*. Paul Polman, de man die Unilevers hoofdkantoor in Nederland had willen concentreren maar door zijn Britse aandeelhouders wreed werd teruggefloten omdat ze het een bezopen plan vonden. De man die bijkans in zijn eentje voor elkaar kreeg dat het kabinet knipmessend bijna 2 miljard euro uit de schatkist grabbelde om een belasting af te schaffen die Polman niet zinde. De man die vervolgens de premier voor schut zette omdat hij het cadeautje terug moest geven. Zo werd Polman van heilig verklaarde duurzaamheidsgoeroe een gewone topman die heeft geblunderd omdat hij zijn eigen aandeelhouders niet verstaat. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Dat er in een parlementaire democratie oppositie bestaat, vindt Polman ook irritant. 'Als je een oppositiepartij hebt die zegt 'wij gaan het meteen terugdraaien wanneer wij aan de macht komen' en je weet dat regeringen in twee seconden kunnen omslaan. Dat helpt niet mee. Ik hoef dat niet uit te leggen. Waarom moet ik dat uitleggen?' **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/de-verkilde-relatie-tussen-politiek-en-bedrijfsleven-wat-hebben-we-gelachen~b8116bfa/>. Published on 11-10-2018, retrieved on 14-06-2019.

### De ‘verkilde relatie tussen politiek en bedrijfsleven’ — wat hebben we gelachen

Terwijl, zo blijkt uit het proefschrift van de econoom Wilmar Bolhuis, die gisteren promoveerde op ruim dertig jaar verkiezingsbeloften, het bedrijfsleven áltijd meer dan uitstekend verzorgd wordt door opeenvolgende kabinetten — of die nou linksig of rechtsig zijn. Bolhuis vergeleek van negen kabinetten sinds 1986 wat de verschillen zijn tussen vóór en na de verkiezingen, tussen beloften in verkiezingsprogramma’s en de realiteit in regeerakkoorden. Met als opmerkelijk resultaat onder meer dit: gewone mensen worden steevast genaaid, bedrijven krijgen steevast meer dan wat ze beloofd was. En dat niet één keer, niet twee keer, maar vrijwel elke keer wanneer er een nieuwe regering wordt gevormd, ongeacht wie er aan de onderhandelingstafel zitten. Volgens Bolhuis komt dat doordat de lobby van het bedrijfsleven veel sterker en effectiever is dan de lobby voor arbeid — een constatering waarvoor je niet gepromoveerd hoeft te zijn. Als er al een relatie mogelijk een beetje ‘verkild’ is, dan is het die met de belastingbetalende, gewoon normale, hardwerkende Nederlander. **(un)balance between corporate and citizen interest. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.telegraaf.nl/financieel/1079511/welke-harde-noten-kraken-tien-professoren-over-dividendbelasting>. <https://www.telegraaf.nl/financieel/1079232/plan-van-dividend-gekraakt>. Published on 08-11-2017, retrieved on 20-06-2019.

### Welke harde noten kraken tien professoren over dividendbelasting?: Plan van dividend gekraakt

*Special example of:* **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.** *Due to the rightwing media outlet that published it.*

Het kabinet wil de dividendbelasting afschaffen. Dat kost de schatkist 1,4 miljard euro? Helpt dat de BV Nederland vooruit? Negen op tien hoogleraren denken van niet. Wat is hun mening over dit plan?

DFT vroeg tien hoogleraren, zowel economen en fiscalisten, wat zij vinden van het kabinetsplan om de dividendbelasting af te schaffen. En van de claim van premier Rutte dat er banen op het spel staan als Nederland niet meedoet in de internationale concurrentiestrijd.

Slechts één hoogleraar was het ermee eens: Hans van den Hurk, hoogleraar Europese Inkomsten- en Vennootschapsbelastingen aan de Universiteit Maastricht. Wat zeiden hij en de negen anderen over dit kabinetsvoornemen?

Dat blijkt uit onderzoek van De Telegraaf onder tien professoren. Negen van hen schieten het plan, dat de schatkist 1,4 miljard euro kost, af. Volgens premier Rutte gaat er veel werkgelegenheid verloren als Nederland niets doet. „Klinkklare onzin”, reageert Sweder van Wijnbergen, hoogleraar Economie. „Onnodig en duur”, aldus fiscaal expert Koen Caminada.

Dat blijkt uit onderzoek van De Telegraaf onder tien professoren. Negen van hen schieten het plan, dat de schatkist 1,4 miljard euro kost, af. Volgens premier Rutte gaat er veel werkgelegenheid verloren als Nederland niets doet. „Klinkklare onzin”, reageert Sweder van Wijnbergen, hoogleraar Economie. „Onnodig en duur”, aldus fiscaal expert Koen Caminada. Buitenlandse beleggers betalen nu 15 procent belasting over de winst op hun aandelen. In

veel landen mogen beleggers die Nederlandse taks echter verrekenen. Als ons land de dividendbelasting afschaft, schieten die beleggers er niets mee op. Ze betalen dan gewoon meer belasting in hun eigen land. „Een cadeau voor buitenlandse overheden”, zegt Jaap Koelewijn van Nyenrode.

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/mark-rutte-is-op-wrede-wijze-achter-het-motto-van-grote-bedrijven-gekomen-als-je-loyaliteit-wil-neem-een-hond~bcbcd5af/>. Published on 7-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

**Mark Rutte is op wrede wijze achter het motto van grote bedrijven gekomen: als je loyaliteit wil, neem een hond**

Dus toen Paul Polman, ceo van Unilever, zich vrijdag genoodzaakt zag de verhuisplannen voor Unilevers hoofdkantoor in te trekken, kreeg de Nederlandse democratie de schuld. De politieke en maatschappelijke discussie bij ons over de dividendbelasting zou Britse aandeelhouders zoveel vertwijfeling hebben bezorgd, dat ze gezegd zouden hebben: laat maar. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Los van het feit dat ‘de grens overjagen’ een valse voorstelling van zaken is (Unilever houdt vooralsnog zijn duale structuur), heb ik in de Britse pers gek genoeg niks gelezen over het perfide Nederlandse dividenddebat. Ik heb geregeld de *Financial Times* erbij gepakt, dé spreekbuis van vermogend en beleggend Groot-Brittannië, en daaruit blijkt niet dat ze zich grote zorgen maakten over het belastingdebat in Nederland. Of tegen elkaar zeiden: heb je al gehoord dat de Socialist Party in The Netherlands boos is, en de GreenLeft ook al, en dat de Christian Union iets met meloenen doet. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

De suggestie dat een volstrekt normaal, democratisch debat in Nederland Britse beleggers zou hebben afgeschrikt, is niet alleen aantoonbare nonsens, ze legt ook bloot waar het probleem zit in de verhouding tussen bedrijfsleven en parlementaire democratie. Polman en De Boer laten zich kennen als aanhangers van een gedachtegoed dat breed leeft in boardrooms, en dat er ongeveer zo uitziet: ondernemerschap is goed, want het schept banen en welvaart. Wat goed is voor bedrijven is goed voor het land. Goede politiek biedt ondernemingen comfort. Wie daar bezwaren tegen heeft omdat er ook andere maatschappelijke belangen zijn, doet aan hinderlijke oppositiespelletjes en is dom bovendien. Eigenlijk moet je het land runnen als een BV, want het echte bestuurlijke talent zit in de boardrooms waar ze tenminste knopen durven door te hakken. En dan kun je lastige ‘geledingen’ gewoon lekker ontslaan. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/een-paar-telefoontjes-en-het-dividendplan-implodeert~bbc2a627/>. Published on 05-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

### Een paar telefoontjes en het dividendplan implodeert

Zo verkruijmt vrijdag in een paar uur tijd de halsstarrigheid van het afgelopen jaar. Een passend slot is het wel. De saga rond de dividendbelasting eindigt waar hij vorig jaar begon: bij Unilever. Dat de afschaffing van de dividendbelasting überhaupt in het regeerakkoord van Rutte III staat, is te danken aan het stevige lobbywerk van topman Polman. Niet voor niets vraagt de bestuursvoorzitter midden in de formatieonderhandelingen van 2017 belet bij dan nog VVD-staatssecretaris Eric Wiebes van Belastingzaken, om op die maatregel aan te dringen. Hij wil de structuur van het Brits-Nederlandse bedrijf versimpelen en zijn Oranjegevoel laten spreken door het hoofdkantoor naar Rotterdam te verplaatsen, maar helaas hikken zijn Britse aandeelhouders aan tegen de Nederlandse dividendbelasting. De voltallige oppositie stikt bijna van verontwaardiging als het plan uit het niets in het regeerakkoord opduikt. Het afschaffen van de dividendbelasting staat in geen enkel verkiezingsprogramma, de effecten ervan zijn niet onderzocht door een onafhankelijk planbureau en er is nooit een openbaar politiek debat over gevoerd. En dan kost dit cadeau voor buitenlandse aandeelhouders ook nog 1,4 miljard euro, een prijskaartje dat later zelfs oploopt tot 1,9 miljard. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Dramatic Democratic Narrativization.**

De telefoontjes vrijdagochtend maken een einde aan de illusie. De oppositie reageert honend op het besluit van Unilever. ‘Het aller-aller-allerlaatste argument valt nu weg’, concludeert GroenLinks-leider Jesse Klaver. ‘Dit is de allergrootste afgang van premier Rutte in zijn hele carrière’, twitert PVV’er Geert Wilders. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/een-ding-is-zeker-er-wordt-heel-wat-stil-werk-verricht-op-het-binnenhof~bebf0bc3/>. Published on 09-09-2018, retrieved on 12-06-2019.

### Een ding is zeker, er wordt heel wat ‘stil werk’ verricht op het Binnenhof

Wat niettemin als een paal boven water staat is dat er op het Binnenhof veel ‘werk in stilte wordt verricht’. Dat wordt duidelijk uit de 218 kantjes documenten over de jarenlange lobby voor lagere vennootschapsbelastingen en afschaffing van de dividendbelasting die het ministerie van Financiën heeft vrijgegeven op verzoek van RTLZ, met dank aan de Wet Openbaarheid van Bestuur. Zo hebben de ambtenaren die het WOBverzoek behandelden heel veel stil werk gehad aan het wtlakken van omvangrijke passages die we niet mogen lezen (‘buiten reikwijdte’ staat er dan bij). Heel actief, in stilte, is ook de premier. Die ontving in 2010 – hij was toen twee maanden minister-president van Nederland – de hoogste man van Shell in het Torentje. Het was volgens de vrijgegeven notitie de eerste in een reeks gesprekken met ‘ceo’s van van oudsher Nederlandse multinationals’ over ‘het fiscale vestigingsklimaat en de dividendbelasting’. Zo liggen dus de prioriteiten, weten de clubs die ondanks herhaaldelijke verzoeken na acht jaar Rutte nog steeds het Torentje niet van binnen hebben gezien. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism.**

**Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Het is heel goed mogelijk dat de vezels van de premier er toen van overtuigd zijn geraakt dat afschaffing van de dividendbelasting van cruciaal belang is voor de Nederlandse economie, of in elk geval voor de ceo's van van oudsher Nederlandse multinationals

Zo stil was al dit werk, dat de premier en zijn vezels zich er niks meer van konden herinneren toen ze vorig jaar door de Tweede Kamer werden gevraagd hoe en waarom ze hadden besloten de dividendbelasting af te schaffen. Werk dat in stilte wordt verricht, het kan tot de wonderlijkste uitkomsten leiden. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/het-dividendspel-dat-nu-gaande-is-kent-uiteindelijk-geen-winnaars~b9f5f41d/>. Published on 06-09-2018, retrieved on 14-06-2019.

**Het 'dividendspel' dat nu gaande is, kent uiteindelijk geen winnaars**

Het antwoord: de wereld is niet statisch, maar dynamisch, en dan kan de overheid niet stil blijven zitten. Denk aan de nog onzekere effecten van de Brexit en de recente belastingverlagingen door Trump. En denk aan Shell en Unilever die zich in deze door kapitaal beheerste wereld staande proberen te houden in een continue concurrentiestrijd met bedrijven die hun thuisbasis hebben in landen met grotere kapitaalmarkten, met name de VS. Het is daarbij vanuit bedrijfseconomisch perspectief logisch dat een bedrijf als Unilever pleit voor afschaffing van de dividendbelasting. **(un)balance between corporate and citizen interest. Rationalization by referral the classic lobby-premise.**

Concluderend kent dit dividendspel eigenlijk geen winnaars in Nederland. Rutte wordt in een continu veranderende wereld gedwongen tot afschaffing van de dividendbelasting, vanwege risico's die nu spelen en eerder niet of minder. **(un)balance between corporate and citizen interest. Rationalization by referral the classic lobby-premise.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/opinie-op-zondag-afschaffing-dividendbelasting-behoort-tot-de-grootste-morele-schandalen-van-de-laatste-halve-eeuw~b63fcb67/>. Published on 09-09-2018, retrieved on 13-06-2019.

## Afschaffing dividendbelasting behoort tot de grootste morele schandalen van de laatste halve eeuw

Namens wie denkt ex-Unileverfunctionaris Mark Rutte eigenlijk in het Torentje te zitten? Namens 17 miljoen Nederlanders of namens zijn oude werkgever en twee andere multinationals die zich aan Nederland weinig gelegen laten liggen? Of bereidt hij met zijn onderdanige dienstbetoon aan Paul Polman cum suis zijn terugkeer in het internationale bedrijfsleven voor? **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Misschien zit het immorele nog niet zozeer in het voornemen op zich, ofschoon de idiotie daarvan eigenlijk door iedereen behalve Rutte en zijn vezels erkend wordt. Het schuilt vooral in de ronduit achterbakse manier waarop een en ander via achterkamertjeslobby's in een een-tweetje tussen de premier en Polman is doorgedrukt. De VVD, anders altijd met een grote mond opkomend voor de 'hardwerkende Nederlander' die nu deze som jaarlijks ten behoeve van rijke buitenlandse renteniers mag ophoesten, was te laf om het eerst aan de kiezers voor te leggen. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Ter verdediging van het 'democratische' gehalte en de acceptatie door de drie andere regeringspartijen die er weinig heil in zien, is de afgelopen weken wel aangevoerd, dat een democratie een kwestie van geven en nemen is. Dat in een coalitie niet ieders wensen gerealiseerd kunnen worden, al was het maar, omdat de schatkist een bodem bezit. Dit moge in algemene zin juist zijn, maar is ditmaal groteske onzin. Het argument gaat op, als er onverwachts bezuinigd moet worden, omdat er bij vervulling van ieders wensen een tekort zou ontstaan. Hier is echter het omgekeerde het geval: het gaat hier niet om een bezuiniging, het gaat om een enorme extra uitgave, waarvoor vervolgens elders geld gevonden moet worden. Niet voor niets begint het MKB nu al te morren. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Want dat is misschien het kernprobleem met de huidige bewoner van het Catshuis, die om die reden de meest voor zijn ambt ongeschikte is sinds Dirk Jan de Geer: dat hij Nederland als een BV ziet, waarvoor dus de materiële spelregels van het bedrijfsleven doorslaggevend zijn en morele waarden inzake eerlijkheid en rechtvaardigheid eigenlijk niet tellen. Niet toevallig heeft Rutte bij vrijwel alle morele vragen van de afgelopen jaren – vooral degene die het verwilderde gedrag van Wilders opriep – verstek laten gaan. Daar weegt ook een gigantische driekleur in de Tweede Kamer niet tegenop. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Wat doet het met een samenleving, als gewone burgers en bedrijven, die normaal hun belasting betalen, keer op keer zien dat voor oppermachtige multinationals via geheime rulings een uitzondering wordt gemaakt, omdat die in geval van het tegendeel steeds weer de regering met een dreigend vertrek kunnen chanteren, en zo hele landen tegen elkaar uitspelen? Die fiscale *race to the bottom* heeft inmiddels tot een sociale geleid. In alle Europese lidstaten bestaat een vorm van dividendbelasting, behalve in Groot-Brittannië, dat, als verlengstuk van de Londense City, in dit opzicht parasitaire trekken bezit. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-**

**political.**

Enkele anonieme VVD'ers schijnen tegenover *De Telegraaf* gejammerd te hebben, dat de Nederlanders zo weinig 'oranjegevoel' voor 'onze' multinationals hebben. Maar hoe staat het met het oranjegevoel van die 'Nederlandse' multinationals zelf? Laten die zich ook maar iets gelegen liggen aan het Nederlandse belang, of gaat het eigen voor alles? Wat dat betreft herinneren al die koeterengels sprekende, zichzelf als kosmopolitisch beschouwende CEO's erg aan de Franstalige Europese adel uit de achttiende eeuw, die ook elke binding met het land waaraan zij haar rijkdom dankte verloren had. We weten hoe dat in 1789 afgelopen is.

**Discursive antagonism-corporate.**

<https://www.volkskrant.nl/economie/we-worden-geregeerd-door-een-coalitie-van-unilever-en-coca-cola~b7ce2254/>. Published on 02-09-2018, retrieved on 13-06-2019.

**We worden geregeerd door een coalitie van Unilever en Coca-Cola**

We worden geregeerd door een cynisch kabinet. Het handelt in het belang van de multinationals, maar verkoopt zijn plannen alsof het de gewone burger dient. Na het verhogen van de btw op groente en fruit en de peperdure verlaging van de dividendbelasting blijkt andermaal dat dit kabinet maar één belang dient: dat van de multinationals. Als die tevreden zijn, dan zal de volksgezondheid Mark Rutte en trawanten een rotzorg zijn. We worden geregeerd door een coalitie van Unilever en Coca-Cola. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/is-het-kleine-nederland-nog-wel-opgewassen-tegen-het-armpjedrukken-van-shells-en-unilevers~bdf35a046/>. Published on 11-11-2017, retrieved on 14-06-2019.

### **Is het kleine Nederland nog wel opgewassen tegen het armpjedrukken van Shells en Unilevers?**

Na de Engels-Nederlandse oorlogen van de 17de en 18de eeuw is er nu sprake van een nieuwe. Het perfide Albion wil Unilever en Shell stelen, maar admiraal Rutte verzet zich tot het uiterste en zijn kanon heet afschaffing dividendbelasting. Rutte is er, mede als voormalig personeelschef van Cora van Mora (Unilever), tot in zijn 'diepste vezels' van overtuigd dat het kanon moet worden afgevuurd. Dat vinden de andere drie coalitiepartners ook, zij het wellicht wat minder diep. Kiezers die altijd al voor afschaffing waren zijn blij verrast, want het stond in geen enkel verkiezingsprogramma. Dat is de crux van het debat: waarom ineens? Het antwoord: de lobby van de multinationals en werkgeversorganisatie VNO-NCW was krachtig, de dreiging met vertrek intimiderend. Ook al voor de verkiezingen, maar wie het douceurtje van 1.400 miljoen aan buitenlandse dividendtrekkers in het verkiezingsprogramma had opgenomen was weggehoond en afgestraft. Dus werd gekozen voor post-electorale programma-aanpassing. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Is de overheid een servicebureau voor multinationals of staat het belang van de burgers voorop? Zijn de belangen van die twee tegenstrijdig, of is steun aan de een ook gunstig voor de ander? Hoekstra (voorheen Shell) zei dat de bedrijven 'heel koud en klinisch naar het fiscale beleid' kijken. Ongeveer even koud en klinisch als de calculerende burger. Hoekstra's aangetrouwde SP-nicht Renske Leijten: 'Willen we überhaupt wel bedrijven die zo opereren?'. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Dat was een principiële vraag in een debat dat raakt aan de fundamenteën van de Nederlandse democratie. Wie heeft het hier eigenlijk voor het zeggen? Waar ligt de macht? Is het kleine Nederland nog wel opgewassen tegen het armpjedrukken van Shells en Unilevers? Jesse Klaver denkt van niet, vandaar zijn brief. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/rutte-zet-keihard-door-in-de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-zonder-enig-draagvlak~bb46854b/>. Published on 02-09-2018, retrieved on 14-06-2019.

### **Rutte zet keihard door in de afschaffing van de dividendbelasting, zonder enig draagvlak**

De afschaffing van de dividendbelasting ondermijnt het politieke midden en versterkt het wantrouwen. De halsstarrige weigering van premier Rutte om de afschaffing van de dividendbelasting te herzien schaadt het aanzien van de politiek. Zij bevestigt het beeld dat de gevestigde politieke partijen de belangen van het grote bedrijfsleven zwaarder laten

wegen dan die van gewone burgers. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Niettemin zet Rutte keihard door, zonder enig draagvlak. De houding van de VVD versterkt het wantrouwen in de politiek. Zij wekt de verdenking dat premier Rutte, zelf ex-werknemer van Unilever, te gemakkelijk luistert naar de lobby van het grote bedrijfsleven. De afschaffing van de dividendbelasting ondermijnt daarmee het politieke midden waaraan Nederland zijn stabiliteit en verstandige compromiscultuur te danken heeft. **Corporate pressure. Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/04/25/dit-staat-er-in-de-memos-over-de-afschaffing-van-de-dividendbelasting-a1600788>. Published on 25-04-2018, retrieved on 15-06-2019.

#### **Dit staat er in de memo's over de afschaffing van de dividendbelasting**

Er staat niet in de stukken of dit ook daadwerkelijk zo gegaan is, maar hieruit blijkt wel dat de voorgenomen afschaffing van de dividendbelasting een serieus en goed voorbereid voorstel is geweest, bedoeld voor alle hoeken van het formatieproces: de hoofdonderhandelaars, hun vier secondanten en de vier financieel specialisten. En ook dat de ambtelijke bevindingen tot stand zijn gekomen in nauw overleg met de multinationals Shell en Unilever.

Er volgt een lange lijst van overwegingen en tabellen met de economische belangen van het huidige grote, internationaal georiënteerde bedrijfsleven. Boodschap: als we bedrijven als Shell en Unilever maar ook Philips, ASML en AkzoNobel verliezen zal de Nederlandse economie grote schade leiden. „De tijd begint te dringen”. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Het meest brisante document in de serie stukken want door staatssecretaris én fiscaal medeonderhandelaar Eric Wiebes zelf opgesteld. De huidige minister van Economische Zaken en Klimaat zei vorige week nog tegen journalisten niet van het bestaan van documenten over de dividendbelasting af te weten. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/11/24/afschaffing-dividendbelasting-was-keiharde-eis-van-unilever-aan-kabinet-a2756415>. Published on 24-11-2018, retrieved on 15-06-2019.

#### **Schrappen dividendbelasting was keiharde eis van Unilever'**

Mark was niet boos. Op de ochtend begin oktober dat Unilever besloot de verhuizing af te blazen heeft Polman naar eigen zeggen [een uur gebeld met Rutte](#). Hij zegt tegen het AD dat het een goed gesprek was: “Mark was niet boos, niet tegen mij. Mark en ik zijn goede vrienden. Hij was teleurgesteld, net als ik.” Polman verwijt Rutte dan ook niks, maar de oppositie des te meer. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Premier Rutte bestempelde zijn gesprekken met multinationals als Unilever tijdens de slepende discussie over het schrappen van de dividendbelasting altijd als vertrouwelijk, maar Polman is nu heel expliciet over de eisen die Unilever stelde. **Corporate hostage-taking.**

**Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/11/29/unilever-topman-paul-polman-kondigt-vertrek-aan-a2811269>. Published on 29-11-2019, retrieved on 15-06-2019.

**Unilever-topman Paul Polman kondigt vertrek aan**

Ook het afgelopen jaar was Polman veelvuldig in het nieuws. Na een geslaagde lobby om de afschaffing van de dividendbelasting in het regeerakkoord te krijgen, liet hij in oktober aan premier Mark Rutte (VVD) weten dat Unilever zijn hoofdkantoor toch niet in Rotterdam vestigt. Daar zei de topman afgelopen weekend in een interview met [het AD](#) over dat dat alleen kon als de dividendbelasting zou worden afgeschaft. “We hebben dit altijd gezegd, al meer dan tien jaar. Niet alleen ik, maar andere mensen van Unilever ook.”

In het interview legt Polman de schuld bij de oppositie, die met hun opstelling de medewerking van Britse aandeelhouders zou hebben gefrustreerd. Vanuit de politiek was juist weer veel kritiek op Polman; hem werd verweten dat hij de Nederlandse politiek voor zijn karretje probeerde te spannen. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/06/25/bedrijventrekker-dan-wel-cadeautje-voor-beleggers-a1607908>. Published on 25-06-2018, retrieved on 15-06-2019.

**Is het nou wel of niet een cadeautje voor beleggers?**

Geen enkele partij had de maatregel in het verkiezingsprogramma staan en het werd evenmin aanbevolen door ambtelijke adviescommissies. Dit is de kern van de kritiek van de oppositie op het gewraakte voornemen van Rutte III om de dividendbelasting af te schaffen. Hierdoor is bij tegenstanders de gedachte ontstaan dat het voorstel door externe belanghebbenden bij de lange kabinetsformatie van vorig jaar was ingestoken – lees: het grote bedrijfsleven. Te meer daar dit kabinet – net als vorige kabinetten – nauwe banden heeft met enkele grote multinationals. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/04/25/hoe-de-koopmannen-van-ez-hun-zin-kregen-a1600930>. Published on 25-04-2018, retrieved on 15-06-2019.

**Hoe de koopmannen van EZ hun zin kregen**

Afschaffen dividendbelasting De boekhouders van Financiën zagen weinig in het afschaffen van de dividendbelasting. Toch kregen het ministerie van Economische Zaken, Shell en Unilever wat ze verlangden. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Economische Zaken presenteert die ongelijkheid als een bedreiging voor het vestigingsklimaat voor multinationals en daarmee de Nederlandse economie. Maar bij Financiën ziet men die dreiging niet. Als men al iets wil doen om fiscaal concurrerend te blijven, verlaag dan de winstbelasting voor bedrijven, suggereren de ambtenaren.

Ze maken de suggestie van afschaffing van dividendbelasting belachelijk door die weg te zetten als „een grote generieke maatregel voor een specifiek probleem **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

De argumenten zijn bij het ministerie van Economische Zaken aan dovemansoren gericht. ‘De kost gaat voor de baat uit’, lijkt daar het credo. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Eind augustus, als de formatie zijn einde nadert en meermaals met Unilever (door Wiebes) en Shell is gesproken, lijkt men bij Financiën iets opgeschoven. De ambtenaren noteren dat de dividendbelasting nu „doorslaggevend” is wat betreft de keuze voor het hoofdkantoor van Unilever. Ze werken twee opties uit voor Nederland om fiscaal competitief te blijven: de dividendbelasting schrappen óf de winstbelasting voor bedrijven verlagen.

Op 10 oktober, bij de presentatie van het regeerakkoord, blijkt dat het nieuwe kabinet kiest voor beide opties tegelijk. Rutte III schrapt de dividendbelasting én verlaagt de winstbelasting van 25 procent naar 21 procent. De koopmannen krijgen hun zin. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/09/18/vrienden-heeft-rutte-niet-meer-bij-de-dividendbelasting-a1616987>. Published on 18-09-2018, retrieved on 15-06-2019.

#### **Vrienden heeft Rutte niet meer bij de dividendbelasting**

Alsof er geen ontkomen meer aan was. Koning Willem-Alexander gebruikte in zijn Troonrede het meest omstreden woord van Den Haag. „Nederland heeft van oudsher een goed vestigingsklimaat en dat moet zo blijven”, leidde de koning in. En even later: „De vennootschapsbelasting wordt lager en de dividendbelasting wordt afgeschaft.”

Het moment was symbolisch voor de verbetering waarmee premier Mark Rutte (VVD) de voorgenomen afschaffing van de dividendbelasting inmiddels verdedigt. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/15/rutte-geeft-cadeautjes-in-naam-van-de-economie-14019081-a1581168>. Published on 15-11-2017, retrieved on 15-06-2019.

### Rutte geeft cadeautjes in naam van de economie

Rutte heeft niets geleerd van de bankencrisis, schrijft *John Crombez*. De dividendbelasting afschaffen is een politiek van ieder voor zich, een terugkeer naar woekerwinsten voor de enkeling. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Vergis u niet: de afschaffing van de dividendbelasting draait helemaal niet om de economie, zoals Rutte beweert. Het debat gaat daarentegen over de samenleving die we willen zijn en draait rond één cruciale vraag: zorgen we er in Europa samen voor dat superrijken, grootaandeelhouders en multinationals op een correcte manier bijdragen? Of doen we dat niet, sluiten we onze ogen, en plezieren we liever de machtigen in een spelletje ‘om ter laagst’? **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Het is duidelijk welke kant Rutte kiest. Zonder schroom voert hij een politiek in naam van een ideologie waarvoor de econoom Milton Friedman de grondslag legde. Voor deze oud-adviseur van Ronald Reagan was het simpel: laat de economie groeien door de sterkste schouders nóg sterker te maken en leg het bedrijfsleven vooral niks in de weg. Ongelijk maar wel duidelijk – het noodzakelijke kwaad van een onversneden rechts liberaal beleid. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Rutte en anderen in Europa die zo denken offeren de winst voor een hele samenleving op lange termijn graag op voor de winst van enkelen op korte termijn. Dat is pijnlijk om vast te stellen, zeker als Starbucks in het volgende kwartaal elders een nog mooier cadeau krijgt. Gewoon omdat het kan, gewoon omdat het mag. Wat zal Rutte dan zeggen? Bij een politiek van ieder voor zichzelf keren we terug naar de woekerwinsten voor enkelingen. We weten intussen hoe dat is geëindigd. Nog steeds betalen we daar met zijn allen de prijs voor. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/11/paradijs-13953625-a1580819>. Published on 11-11-2017, retrieved on 15-06-2019.

### Paradijs

In de Tweede Kamer probeerde de nieuwe minister van Financiën een oud kunstje – het weggeven van die anderhalf miljard was louter om erger te voorkomen; anders zou een aantal multinationals, waaronder Shell, onmiddellijk naar Engeland verhuizen. En Akzo Nobel – als die geen dividendbelasting meer hoeven te betalen, stijgen de aandelen en kan het bedrijf minder gemakkelijk worden overgenomen. Minister Hoekstra: „We moeten ons tafelzilver goed beschermen.” Bovendien geeft minister Hoekstra impliciet toe dat hij zich laat gijzelen door multinationals. *Ons tafelzilver? Wie is er hier eigenlijk de baas? Dat hij in het verleden zelf voor Shell werkte helpt dan niet in de beeldvorming.* **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

De Paradise Papers en de discussie over de dividendbelasting laten een ander Nederland zien dan het Nederland dat in de politiek tegenwoordig zo vaak wordt aangeropen. Het is de BV Nederland, traditiegetrouw amoreel als het op zakendoen aankomt – vanaf de Gouden Eeuw leveren we ook het liefst wapens aan twee oorlogvoerende naties tegelijk, dan heb je altijd afzet. Maar nu juist de politiek het idee van Nederland als een gemeenschap van gedeelde waarden te pas en te onpas propageert, kan ze die BV Nederland niet langer als een vrijplaats buiten de samenleving blijven zien. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/10/19/dit-land-schreeuwt-om-scheiding-van-staat-en-bedrijf-a2678152>. Published on 19-10-2018, retrieved on 15-06-2019.

#### **Dit land schreeuwt om scheiding van staat en bedrijf**

De afschaffing van de dividendbelasting, waarmee de verplaatsing van de hoofdzetel van Unilever moest worden gekocht, was immers zonder punt van publieke discussie of in enig partijprogramma opgenomen te zijn geweest – ook niet in dat van de drijvende kracht erachter, de VVD – via achterkamertjeshandjeklap het regeerakkoord in gewrongen.

**Corporate hostage-taking. Capitalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

De Boer en Polman gaven de schuld voor de mislukking van hun opzetje aan het feit dat daarover in de Tweede Kamer en daarbuiten debat was uitgebroken, zodat de aandeelhouders erg van Hollandse toestanden geschrokken zouden zijn. Ja, een democratie is eng!.

**Corporate hostage-taking. Capitalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

In de *boardrooms* van het grote bedrijfsleven valt het eigenbelang naadloos samen met het nationale belang, waaraan ook de perverse term ‘BV Nederland’ refereert. Niet voor niets tonen delen van dit bedrijfsleven zich soms zo gecharmeerd van dictaturen als China, waar, zonder inspraakgezeur, even snel op z’n trumpiaans zaken kan worden gedaan. . **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Nederland schreeuwt, naast de in 1848 gerealiseerde scheiding van kerk en staat, nu vooral om een scheiding van bedrijfsleven en staat, zodat de toenemende morele corrumpering van de politiek door particuliere ondernemersbelangen, zoals rond de dreigende afschaffing van de dividendbelasting tot uitdrukking kwam, eindelijk een halt kan worden toegeroepen. Hopelijk vormt het nu uitblijven van een ‘Uxit’ een eerste stap op de goede weg.

**Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/10/16/dividendbelasting-rutte-beschadigde-zichzelf-maar-ook-het-vertrouwen-in-politiek-a2611127>. Published on 16-10-2018, retrieved on 15-06-2019.

### **Rutte beschadigde zichzelf maar ook het vertrouwen in de politiek**

Blijft over een blamage voor de premier die een forse politieke inschattingsfout heeft gemaakt. Hij gaat gemankeerd verder met een diepe kras. Met de van hem bekende blijmoedigheid stelde Rutte maandag vast dat zijn baan „het verzamelen van krassen is”. Inderdaad, de persoonlijke kras is niet het eerste probleem. Veel ernstiger is dat het vertrouwen in de politiek door de troebele gang van zaken is beschadigd. Dat is iets dat de premier van het land zich wel degelijk kan aantrekken. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/10/06/een-multinational-is-niet-je-vriend-a2266106>. Published on 06-10-2018, retrieved on 15-06-2019.

### **Een multinational is niet je vriend**

Unilever trok de verhuizing in, het kabinet heroverweegt het afschaffen van de dividendbelasting. Het laat zien hoe complex een clichébegrip als het vestigingsklimaat is: hoe verschillend de blik van zelfs de partijen, die in veler ogen een miljardencadeau kregen: Unilever en zijn aandeelhouders.

Wat het ook laat zien: de multinational is geen goede vriend van politici. De multinational opereert in een heel andere dimensie dan politici doen. Natuurlijk wil een land aantrekkelijk zijn voor bedrijven. Natuurlijk zie je liever niet Unilever en Shell naar ‘Brexit-Britain’ vertrekken. Natuurlijk is het in stukken scheuren van ABN Amro niet iets om je schouders over op te halen. Natuurlijk hoeven wij niet gekke Henkie te zijn terwijl andere regeringen het spel om de grote bedrijven keihard spelen. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Rechtvaardig belasting heffen, ook op kapitaal, dát moet de focus van regeringen zijn in een tijd waarin grote bedrijven groter en ongrijpbaarder worden. Je mag de verzoeken van multinationals heus meewegen, maar ik zou me er nooit meer zo aan uitleveren als premier Rutte heeft gedaan. Een multinational is niet je vriend. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2018/09/15/jaren-hadden-ze-vele-vrienden-in-den-haag-nu-zijn-ze-ieders-favoriete-vijand-a1616613>. Published on 15-09-2018, retrieved on 15-06-2019.

### **Jaren hadden ze vele vrienden in Den Haag, nu zijn ze ieders favoriete vijand**

Het laat zien hoe de maandenlange discussie over de dividendbelasting zijn sporen nalaat: het is uitgelopen op een *public relations*-drama voor de lobby van het grootbedrijf, die decennia bekendstond als de allerbeste van Den Haag. Met Prinsjesdag en de algemene politieke beschouwingen voor de deur, loopt diezelfde lobby nu het gevaar de favoriete vijand van de politiek te worden. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Omdat terugwinnen van de politieke invloed op het grootbedrijf nodig is voor de stabiliteit van westerse democratieën – ook onze democratie. **Corporate hostage-taking. Capitalism.**

**Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

<https://www.nrc.nl/nieuws/2017/11/03/shell-begon-al-vroeg-met-lobby-tegen-dividendbelasting-13823238-a1579820>. Published on 3-11-2017, retrieved on 15-06-2019.

### Shell begon al vroeg met lobby tegen dividendbelasting

Dat blijkt ook uit een vertrouwelijk, maar uitgelekt document van 's lands grootste multinational: Shell. In een brief getiteld '*Shell input Verkiezingsprogramma's*' deed het energieconcern al in april vorig jaar een onomwonden oproep aan politieke partijen: „Schaf de dividendbelasting af.” Want die „werkt marktversturend en is nadelig voor de concurrentiepositie van Nederland”. Een woordvoerder van Shell wil niet zeggen of deze boodschap is herhaald tijdens de formatie. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

De banden tussen het miljardenconcern – met 11.000 banen in Nederland – en het nieuwe kabinet zijn hoe dan ook nauw. Marianne Thieme van de Partij voor de Dieren bracht al in herinnering dat liefst drie bewindspersonen ooit bij Shell gewerkt hebben. En de architect van Rutte III, informateur Gerrit Zalm, is er al jaren commissaris. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.hpdetijd.nl/2017-11-09/shell-dividendbelasting-unilever-lobby-chantage/>

Published on 09-11-2017, retrieved on 16-06-2019.

### Op zoek naar de grens tussen lobby en chantage

Maar is het chantage van de bedrijven? Dat is een lastige, maar essentiële vraag. Des te meer omdat de keuze voor het afschaffen van de dividendbelasting op het bordje van Rutte wordt geschoven. Daarbij komt één vraag naar voren. Hoe houdbaar is de positie van een premier die zich laat chanteren door grote bedrijven, waarmee zijn onafhankelijkheid betwistbaar is? **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Bovendien werkte Rutte voor zijn politieke loopbaan tien jaar voor Unilever. Er is voorlopig geen aanleiding om dat aan te halen in het licht van belangenverstrengeling maar gezien de amicale en trouwe managementstijl van Rutte is het niet onwaarschijnlijk dat hij nog warme connecties heeft binnen het bedrijf. Voordat er ook echt bliksem uit deze donderwolk komt moet er veel worden bewezen. En dat is lastig. Wat wel zeker lijkt, is dat het zaakje stinkt. Het zijn namelijk niet eens alleen de oppositiepartijen die het woord chantage in de mond nemen. *De Telegraaf* citeert vandaag een niet bij naam genoemd Kamerlid van een coalitiepartij die stelt: "Natuurlijk is het chantage, maar het gaat hier om grotere belangen." De contacten waarover vanmorgen bij de NOS te lezen was stonden daarnaast niet in de correspondentie waar de premier in het debat over het regeerakkoord vorige week naar verwees. Ook dat roept op zijn minst vragen op. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Minstens zo belangrijk voor de positie van Rutte is zijn politieke onafhankelijkheid. Daarbij is de claim van het 'volkse begrip' chantage al zwaar genoeg. Ervan uitgaande dat de grote bedrijven inderdaad nooit expliciet hebben vermeld dat ze bij het aanhouden van de dividendbelasting zouden vertrekken is van 'echte chantage' geen spraken. Het is moeilijk

voor te stellen dat geslepen lobbyisten als die van Shell en Unilever de fout zouden maken zo'n punt te expliciet te maken. Hetzelfde geldt voor ervaren onderhandelaar en 'ontvanger' van lobbyisten: Rutte *himself*. Het is hoogstens een vorm van chantage voor de goede verstaander. Er komt op verzoek van de linkse oppositie spoedig een hoorzitting in de Tweede Kamer. Daar zullen zowel kabinet als de genoemde bedrijven ondervraagd worden. De hoop is op die hoorzitting gevestigd voor de vraag of we kunnen spreken van chantage. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.hpdetijd.nl/2018-03-17/wie-regeert-nederland-2/>. <https://www.hpdetijd.nl/2015-02-12/wie-regeert-nederland/>. Published on 17-03-2018, retrieved on 16-06-2019.

### Wie regeert Nederland?

Afschaffing van de dividendbelasting (Shell, Unilever), een peperduur medicijn in het basispakket (Vertex), fiscale aftrek voor een obligatie (ING): Haagse lobby's van multinationals zijn steeds succesvoller, zo lijkt het. Hoe slagen ze daarin? Danst de regering naar de pijpen van grote bedrijven? 'Nederland is een klef lobbyland.' **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Op zichzelf was de visite van de Shell-lobbyisten weinig opzienbarend. Brancheorganisaties, belangenverenigingen, ngo's, bedrijven: allemaal hebben ze regelmatig contact met ambtenaren, Kamerleden en bewindslieden. Zeker in de aanloop naar nieuwe verkiezingen – het doel van Shells rondje langs Kamerleden in het voorjaar van 2016 was beïnvloeding van de verkiezingsprogramma's voor de Kamerverkiezingen van maart 2017. Maar deze ontmoetingen vinden doorgaans plaats achter gesloten deuren. Dit is voer voor speculaties en argwaan en roept vragen op. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Maar de affaire die ongetwijfeld de meeste argwaan wekte, is ongetwijfeld het plan voor afschaffing van de dividendbelasting. Dit voornemen, opgenomen in het regeerakkoord, bleek mede ingegeven door een lobby van Shell, Unilever en VNO-NCW en zorgde voor veel consternatie. Temeer omdat er in geen van de verkiezingsprogramma's van de vier coalitiepartijen over werd gerept. Hoe verloopt zo'n lobby? Hebben we hier te maken met incidenten? Of zijn deze voorbeelden exemplarisch en krijgt Nederland steeds meer trekjes van een corporatie? **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Opvallend ook was dat premier Rutte in het debat over de kwestie als kop van Jut fungeerde. Hij kreeg nagenoeg geen steun. Parlementariërs van coalitiepartijen, pensioenfondsen en andere beleggers, private equity, vakbonden: allemaal keken ze stoïcijns de andere kant op. Naar goed Haags gebruik: bij een omstreden voorstel is er geen afzender. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Het kabinet had ook beter kunnen weten, benadrukt Leegte. "In Nederland vinden we bedrijven slecht, grote bedrijven helemaal. Belangenorganisaties, ngo's, gemeenten: iedereen mag lobbyen, maar grote bedrijven niet. Die hebben geld genoeg. Terwijl we juist blij moeten zijn dat ondernemingen als Shell en Unilever meepraten. Hoe meer input politici en ambtenaren krijgen, hoe beter de wetgeving." **Rationalization by referral the classic lobby-premise.**

Maar al te vaak heeft nieuwe wetgeving onverwachte bijwerkingen, meent de voormalige

volksvertegenwoordiger. Door bedrijven vroegtijdig mee te laten praten, kan dit mogelijk worden voorkomen. Hij geeft een actueel praktijkvoorbeeld: “De overheid wil een belasting op het verbranden van zuiveringsslib. Maar de as van dit residu bevat veel fosfaat. Dat is een strategische, schaarse grondstof. Ga je daar belasting over he en, dan wordt dit zuiveringsslib ergens anders voor gebruikt, bijvoorbeeld bij de productie van cement, en gaat de fosfaat verloren. Dus die belasting is maatschappelijk gezien niet zo’n goed idee.” **Rationalization by referral the classic lobby-premise.**

Hoe frequent deze belangenbehartigers bij politici aanschuiven is evenmin bekend. Onderzoekers van de Universiteit van Amsterdam deden er onlangs in opdracht van *Vrij Nederland* en *Nieuwsuur* een gooi naar. Ze turfden welke lobbyisten van welke organisaties en bedrijven de meeste ontmoetingen hadden met ministers. De Vereniging Nederlandse Gemeenten en VNO-NCW eindigden bovenaan. In de toptwintig stonden slechts twee bedrijven: NS en Rabobank met respectievelijk 1,5 procent en 0,9 procent van alle afspraken. **Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

De afgelopen jaren zijn er diverse plannen gesmeed om het Haagse lobbycircuit transparanter te maken. Bijvoorbeeld een ‘lobbyparagraaf’ bij nieuwe wetsvoorstellen (die beschrijft wie op welke onderdelen van het voorstel invloed heeft gehad), het tijdelijk lobbyverbod voor voormalige bewindslieden, het aan banden leggen van de mogelijkheid voor lobbyisten om zich vrijelijk te bewegen door het hele Tweede Kamergebouw, en het openbaren van alle agenda’s van ministers en staatssecretarissen. Een aantal departementen geeft aan deze nog niet officiële richtlijnen inmiddels gehoor. Een goede zaak, vindt Van Schendelen. “Een klef lobbyland,” zo kwalificeert hij Nederland, waarbij klef staat voor weinig transparant. “Weliswaar minder klef dan landen als Bulgarije en Roemenië, maar aanzienlijk kleffer dan de Europese Unie.” **Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Maakt dit gebrek aan strenge regels de democratie niet kwetsbaar? Bestaat er geen gevaar dat multinationals als Shell, Unilever, Google en Facebook achter de schermen nationale regeringen steeds vaker als speelbal gebruiken? De Vries schudt zijn hoofd. Volgens hem illustreert het tumult over de afschaffing van de dividendbelasting juist dat ondernemingen alleen niets kunnen afdwingen. “Ooit had de kerk de meeste macht en gezag. Daarna, in de jaren zestig en zeventig, kregen we de maakbare samenleving, waarbij de overheid in het hoogste segment kwam. Vervolgens, met de no-nonsensepolitiek, de regering-Thatcher en de opkomst van het neoliberalisme, lag het primaat bij de markt, het bedrijfsleven. Nu ligt de macht bij de burger, de consument. Waarbij het vertrouwen in de overheid en het bedrijfsleven behoorlijk is afgenomen, zeker na de financiële crisis. Breed draagvlak creëren is belangrijker dan ooit. Zeker nu de Nederlandse politiek zo versnipperd is. Nederland was en blijft een coalitieland. Je kunt hier geen invloed kopen.” **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization/Rationalization classic lobby premise**

<https://www.hpdetijd.nl/2017-11-10/terugkijken-klaver-democratiekaart-dividendbelastingspel/>. Published on 10-11-2017, retrieved on 16-06-2019.

### Terugkijken: Klaver speelt democratiekaart in dividendbelastingspel

Na een snedig debat en een hoofdelijke stemming tijdens een moeilijke dag voor het kabinet treedt Jesse Klaver aan bij Pauw om te praten over de dividendbelasting. Volgens de GroenLinksleider draait het hele debat om ‘een democratische vraag’, maar hij vergeet tijdens zijn betoog een klein beetje de nuance. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Naast de politiek is ook het FNV verontwaardigd dat grote internationals hebben gelobbyd voor het afschaffen van de dividendbelasting. De vakbond wijst erop dat Shell, AkzoNobel, Unilever en Philips gezamenlijk niet meer dan 200 miljoen euro aan belasting betalen. “Deze bedrijven mogen blij zijn dat ze in zo’n mooi land kunnen werken, met zulke goeie sociale voorzieningen, met zulk hoog en goed opgeleid personeel,” aldus FNV-voorzitter Han Busker tegen persbureau ANP. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Lobby’s zijn er altijd al geweest in Den Haag. Variërend van Greenpeace tot Shell, iedereen probeert wat invloed te hebben op de politiek. Dat erkent Klaver ook. “Er komen allerlei lobbygroepen bij partijen praten omdat ze hun doel verwezenlijkt willen zien,” zegt hij. “Maar die punten belanden dan in een partijprogramma. Waarna de kiezer er een afgewogen keuze over kan maken.” **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Volgens Klaver staat in het huidige debat een vraag centraal over de manier waarop we onze democratie inrichten. “Wie is hier namelijk de baas in Nederland?” oppert hij retorisch. “Als er een bedrijf komt dat zegt dat ze weggaan uit Nederland als ze dividendbelasting moeten betalen, dan riekt dat naar chantage. Dan zeg je als premier niet: ‘Hier is 1.4 miljard euro.’ Dan zeg je hier is het gat van de deur.” Alleen is dit bedrag van 1,4 miljard euro ook het bedrag dat we in Nederland in één week uitgeven aan zorg. “Een hele belangrijke relativering,” vindt presentator Jeroen Pauw. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

<https://www.hpdetijd.nl/2018-10-07/ruttes-politieke-antenne-is-al-tijden-stuk/>. Published on 07-10-2018, retrieved on 16-06-2019.

### Rutte's politieke antenne is al tijden stuk

Sowieso wilde Rutte ons geen deelgenoot maken van zijn gevoelens, want hij vindt dat soort sportinterviews vreselijk. Een wonderlijk standpunt voor iemand die de dividendbelastingkwestie vooral gevoelsmatig had benaderd. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Een pijnlijke nederlaag. Maar was het een onnodige nederlaag? Ongetwijfeld een sportjournalistieke vraag waar de premier niet op wil antwoorden, maar de politieke antenne lijkt op dit dossier geen moment in orde te zijn geweest. Zo ontbrak het aan een goede opbouw. De dividendbelasting kwam een jaar geleden in het regeerakkoord als een duveltje uit een doosje. Geen van de partijen had plannen tot afschaffing opgenomen in haar verkiezingsprogramma. Stel nu eens dat de VVD dat wel had gedaan. Binnen de partij zou

dat vermoedelijk tot weinig ophef hebben geleid. VVD'ers reageren op belastingafschaffing als een hond die een koekje voorgehouden krijgt. Bovendien zijn er best een paar redelijke argumenten te bedenken voor afschaffing van de belasting. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

<https://www.hpdetijd.nl/2018-04-21/leugens-rutte-dividenddementie/>. Published on 21-04-2018, retrieved on 16-06-2019.

### **Zijn het leugens, of heeft Rutte III dividenddementie?**

Zo ook de dividendbelasting die het geformeerde Rutte III plots besloot af te schaffen, waarmee ze 1,4 miljard aan rijke aandeelhouders cadeau deed. Dat snappen mensen dus ook niet. Waar komt die beslissing dan in godsnaam vandaan? Door welke redenen wordt hij gerechtvaardigd? Zijn die plannen dan doorberekend, om te bekijken welk effect ze zouden hebben? Op zich geen vreemde vragen om te stellen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Het is dat, óf het betekent dat het voltallige kabinet de Kamer en het Nederlandse volk keihard heeft voorgelogen. En dan niet zomaar voorgelogen, maar het specifieke soort voorliegen waarbij je zoveel minachting weet tentoon te spreiden dat je grappen maakt over je leugens terwijl je liegt. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Het CDA, de VVD, D66 en zelfs de ChristenUnie zijn gevestigde partijen die het volk vertellen dat ze rustig kunnen gaan slapen. Omdat zij verantwoordelijkheid nemen. Omdat zij besturen. Omdat zij doeners zijn die normaal doen. Omdat die kloof tussen burgers en politiek er alleen is vanwege 'het verkeerde soort populisme'. Maar op deze manier hoeft je geen schuimbekkende anti-partijkartelpopulist met een aluhoedje te zijn om je vertrouwen in de politiek te verliezen. Politici zo nonchalant omgaan met een democratisch grondbeginsel als de informatieplicht, verdienen geen vertrouwen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

<https://www.vn.nl/lobbyclubs-schaduwmacht/>. Published on 22-12-2017, retrieved on 15-06-2019.

### **Schaduwmacht: De macht van de Haagse lobbyclubs**

Ook fysiek hebben de belangenorganisaties de politiek omsingeld. Vrijwel allemaal hebben ze hun hoofdkwartier of lobbykantoor in Den Haag. Zo kunnen de lobbyisten en bestuurders van de belangenclubs makkelijk binnenlopen bij Kamerleden, ministers en ambtenaren. De intensieve contacten tussen politici en belangenorganisaties zijn ongetwijfeld goed voor een soepel verloop van het landsbestuur, maar het overleg vindt grotendeels plaats in de achterkamers: alleen het eindresultaat is zichtbaar voor de burger. Bovendien duiken oud-politici regelmatig op als voorzitter van een van de vele belangenorganisaties. Daardoor wordt het beeld versterkt dat Nederland in de praktijk bestuurd wordt door een hecht netwerk van oud-politici die elkaar de bal toespelen, tot groeiende verontwaardiging van kiezers aan de linker- en rechterzijde van het politieke spectrum. Alle reden om een keer grondig uit te zoeken hoe de ijzeren ring van belangenorganisaties in elkaar zit. **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Er wordt vanuit de VNG weliswaar flink gelobbyd, geeft ze toe, maar daar is volgens de VVD-politica niks mis mee: ‘Ik vind dat lobbyen zo veel mogelijk moet gebeuren. Ieder Kamerlid, iedere minister, iedere ambtenaar moet vooral horen welke belangen er allemaal spelen alvorens een goed besluit te nemen.’ Dat het een schimmig overlegcircuit zou zijn, spreekt Jorritsma tegen. In het VNG-bestuur zijn vrijwel alle politieke partijen vertegenwoordigd, alle brieven aan het kabinet zijn openbaar. ‘Het is een heel transparant proces.’ Maar buiten die officiële gesprekken van de VNG hebben veel burgemeesters ook hun eigen lijntjes met politiek Den Haag om de belangen van hun gemeenten te laten gelden. **Rationalization by referral the classic lobby-premise.**

Voor critici van het Nederlandse bestuurlijke circuit zal het niet als verrassing komen: de belangenorganisaties worden gedomineerd door oudere blanke mannen. Van de tweehonderd voorzitters van de belangrijkste clubs zijn er maar 55 vrouw, en niet meer dan zes – te oordelen aan hun achternaam – van niet-westerse afkomst. Opmerkelijk is ook het grote aantal oud-politici onder de voorzitters van de top-200. Meer dan de helft van de kopstukken is verbonden aan een politieke partij (zie figuur hieronder). ‘Dat is een veel hoger percentage dan in bijvoorbeeld Amerika,’ zegt onderzoeker Joost Berkhout. ‘Uit vergelijkbaar onderzoek blijkt dat daar nog geen 5 procent van de voorzitters van belangenorganisaties aan een van de politieke partijen gelieerd is.’ **Corporate hostage-taking. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.ad.nl/economie/ergens-onderweg-verloor-paul-polman-de-voeling-met-de-wereld~a61c1776/>. Published on 29-11-2018, retrieved on 16-06-2019.

### **Ergens onderweg verloor Paul Polman de voeling met de wereld**

Het gesprek draaide uit op een worstelpartij, waarin Polman zijn frustratie de vrije loop liet. Anderhalf uur lang waren twee verslaggevers de boksbal die hij nodig had om uit te razen. Rekening na rekening werd vereffend. Pers, politiek, kiezers, analisten: niemand heeft het begrepen, niemand heeft hem begrepen. De frustratie over de mislukte verhuizing van het hoofdkantoor naar Rotterdam zat blijkbaar nog tot aan zijn kruin. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Polman kon het niet opbrengen begrip te tonen voor de bezwaren die in Nederland leefden tegen het voorstel, dat de staatskas 2 miljard kostte - geld dat naar buitenlandse beleggers zou gaan. In de beeldvorming verandert de ‘Bono van het bedrijfsleven’ zo in een slecht verliezer. Dat hij nergens de hand in eigen boezem stak, zal niet hebben geholpen voor het beeld dat hij nalaat. Nee, hij vindt niet dat hij zélf de situatie verkeerd heeft ingeschat. Hoewel het toch echt *zijn* plan was om te verhuizen. Een verhuizing die volgens hem alleen maar door kon gaan als Nederland die vermaledijde dividendbelasting afschafte. Blijkbaar had hij de ophef daarover in Nederland niet voorzien, en de daarop volgende revolutie onder Britse aandeelhouders ook niet. **Discursive antagonism- corporate**

Woensdag, vier dagen na publicatie van het interview dat inderdaad zijn laatste bleek, lichtte hij de Unilever-board tijdens een vergadering in New York in over zijn vertrek. Duidelijk is dat Paul Polman tijdens zijn hemelbestorming ergens onderweg de voeling met de wereld lijkt kwijtgeraakt. Het maakt de landing hard. Harder dan nodig, wellicht. **Capitalism.**

**Neoliberalism Discursive antagonism- corporate**

<https://www.ad.nl/politiek/topman-unilever-afschaffen-dividendbelasting-was-onze-harde-eis~a51472e5/>. Published on 24-11-2018, retrieved on 16-06-2019.

**Topman Unilever: Afschaffen dividendbelasting was onze harde eis**

In het interview, zijn eerste sinds het dividenddebaat, toont Polman zich getergd. „We hebben heel duidelijk tegen het kabinet gezegd: ‘Als je ooit wilt dat Unilever met zijn hoofdkantoor naar Nederland komt, kan dat nooit gebeuren met dividendbelasting.’ We hebben dit altijd gezegd, al meer dan tien jaar. Niet alleen ik, maar andere mensen van Unilever ook.” Rond de totstandkoming van het kabinetsvoornemen om de dividendbelasting af te schaffen hing altijd mist. Premier Rutte wilde nooit bevestigen dat Unilever het zo hard speelde. Hij betitelde de gesprekken met de multinationals als ‘vertrouwelijk’. Unilever zelf wuifde bij het aankondigen van de verhuizing in maart het belang van de dividendbelasting nog weg. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Het dossier leidde in Nederland tot grote politieke spanningen, waarbij premier Rutte zwaar onder druk kwam te staan. Polman, over wiens vertrek bij Unilever nadrukkelijk wordt gespeculeerd, vindt niet dat hem iets aan te rekenen valt. Hij wijt de crisis vooral aan de opstelling van de politiek, met name de oppositie. „Dat helpt niet als je in Engeland aandeelhouders probeert mee te krijgen.” **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Het dossier leidde in Nederland tot grote politieke spanningen, waarbij premier Rutte zwaar onder druk kwam te staan. Polman, over wiens vertrek bij Unilever nadrukkelijk wordt gespeculeerd, vindt niet dat hem iets aan te rekenen valt. Hij wijt de crisis vooral aan de opstelling van de politiek, met name de oppositie. „Dat helpt niet als je in Engeland aandeelhouders probeert mee te krijgen.” **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Polman zegt dat hij op de bewuste ochtend een uur telefonisch sprak met Mark Rutte, nadat hij hem om 6.00 uur een sms’je stuurde om te vragen of hij wakker was. Het was een goed gesprek, zegt hij. „Mark was niet boos, niet tegen mij. Mark en ik zijn goede vrienden. Hij was teleurgesteld, net als ik.” **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate.**

<https://www.ad.nl/politiek/rutte-heeft-gegokt-en-verloren-maar-houdt-overwinningsdividend-br~a66aceal/>. Published on 16-10-2018, retrieved on 16-06-2019.

### Rutte heeft 'gegokt en verloren', maar houdt overwinningsdividend

Eén sms'je van Unilever-baas Paul Polman en Mark Rutte stond in zijn hemd/ging af als een gieter/is niet meer serieus te nemen. Oppositiepartijen vuurden hun aanvallen op minister-president Mark Rutte gisteravond per salvo af, variërend op één thema: de belazerde premier die zo zijn nek uitstak voor afschaffing van de dividendbelasting en daarvan terug moest komen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

„Hoe kunnen we u nog serieus nemen? Je kan toch niet een jaar lang hier betogen dat behoud van de dividendbelasting onverantwoord is en dan overnight besluiten daarop terug te komen?“, wreef GroenLinksleider Jesse Klaver de premier in. „U heeft gegokt en verloren en het zou u sieren als u dat zou toegeven“, moedigde SP-leider Lilian Marijnissen aan. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Maar Rutte counterde door de staatsmannelijke kaart te spelen: „De maatregel was niet populair, toch was het mijn taak om die te verdedigen“, begon Rutte. Om daarna doodleuk het alternatieve pakket te verdedigen zoals hij de nu gesneuvelde dividendmaatregel ook altijd had verdedigd. Zonder garanties: „Wij proberen het risico weg te nemen, maar of dat genoeg zal zijn om deze bedrijven hier te houden zal moeten blijken.“ **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.ad.nl/politiek/pijnlijk-voor-onze-arme-monarch~aec3d201/?referer=https://www.ad.nl/zoeken?query=dividendbelasting&page=13&timestamp=1560698687565&>. Published on 19-09-2018, retrieved on 16-06-2019.

### 'Pijnlijk voor onze arme monarch'

Voor de zoveelste keer gaat het vandaag, bij de eerste dag van de Algemene Politieke Beschouwingen, over het hoofdpijndossier van Rutte III: de dividendbelasting. In een zeldzaam staaltje eensgezindheid keert de voltallige oppositie zich in het debat over de Miljoenennota tegen de afschaffing van die belasting. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

Zeï hij het nou echt, koning Willem-Alexander, tijdens de troonrede? „De vennootschapsbelasting wordt lager en de dividendbelasting wordt afgeschaft.“ Ja, hij zei het echt. PvdA-leider Lodewijk Asscher vond het 'pijnlijk'. „Dat onze arme monarch dat moest uitspreken, terwijl zijn volk dat niet wil.“ **Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Niet alleen links is verbolgen. Ook PVV-leider Geert Wilders wil dat na jaren van bezuinigingen nu de lasten worden verlicht. „Er gaan miljarden naar de verlaging van de winstbelasting en het afschaffen van de dividendbelasting. Er is een overschot van 6 miljard euro. Daarvan moeten de mensen nú profiteren.“ Volgens FvD-voorman Thierry Baudet gaat het kabinet 'gewoon weer door met multinationals paaien'. **Nationalistic. Democratic Narrativization.**

<https://www.groene.nl/artikel/burgerslobby>. Published on 17-10-2018, retrieved on 16-06-2019.

## Burgerslobby

Burgers hebben na de verkiezingen altijd weer het nakijken ten opzichte van het bedrijfsleven. Beloftes worden niet ingelost. Het is een patroon, blijkt uit onderzoek. Wie lobbyt er eigenlijk voor de burgers? **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

‘Wie lobbyt er tijdens de kabinetsformatie eigenlijk voor de burger?’ Met die zin eindigt Wimar Bolhuis zijn boek voor het bredere publiek over verkiezingsbeloftes van politieke partijen en wat daarvan terecht komt in regeerakkoorden. Dat boek, *Van woord tot akkoord*, is gebaseerd op zijn proefschrift waarop hij vorige week donderdag in Leiden promoveerde. Na zijn conclusies gelezen te hebben, denk je: inderdaad, wie is de Paul Polman van de burgers? **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Toen Bolhuis jaren geleden aan zijn onderzoek begon, kon hij niet weten dat zijn promotie zou samenvallen met de felle politieke discussies over de afschaffing van de dividendbelasting en de gaandeweg steeds pijnlijker wordende lobby daarvoor bij minister-president Mark Rutte door de hoogste baas van Unilever, Paul Polman. Met als laatste bewijs daarvoor dat de afschaffing van de dividendbelasting op de helling kwam te staan op de dag dat Polman onder druk van de Britse aandeelhouders kenbaar maakte het hoofdkantoor van de multinational niet van Londen naar Rotterdam te zullen verhuizen. Toen het lokkertje niet bleek te helpen, hoefde het ineens niet meer zo nodig.

Zo één-op-één herleidbaar, van maatregel tot bedrijf, en zo verguisd, is een lobby vanuit het bedrijfsleven in mijn herinnering niet geweest. Maar het patroon eronder blijkt minder bijzonder: het past in de uitkomsten van Bolhuis’ onderzoek. **Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Als het om lastenverlichting op werk en inkomen gaat, hebben de burgers dus niet genoeg aan hun stem in het stemhokje. Politici blijken niet hun lobbyisten te zijn, hoe logisch dat ook zou zijn. Burgers hebben aparte lobbyisten nodig om die lastenverlichtingen voor hen uit de kabinetsonderhandelingen te slepen. De meest voor de hand liggende lobbyisten, na de politici, zijn de vakbondsvertegenwoordigers. Maar ook die blijken niet geschikt. Bolhuis laat immers zien – zonder overigens naar hen te wijzen – dat het ze al zo’n dertig jaar niet is gelukt. Maar wie gaat dan wel twee keer per jaar uit naam van de burgers in zwarte busjes op bezoek in het Catshuis om te pleiten voor het belang van de burgers? **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Of moeten de kiezers leren de verkiezingsbeloftes over lagere belastingen voor burgers en hogere voor bedrijven met een korreltje zout te nemen? Dat kan natuurlijk ook. Maar het risico is dat dit ineens tot een revolte leidt, zoals nu tegen de afschaffing van de dividendbelasting. Die maatregel is het symbool geworden voor wat burgers drommels goed aanvoelen: dat het bedrijfsleven altijd weer een streepje voor heeft. Dankzij het onderzoek van Bolhuis is dat gevoel nu ook wetenschappelijk onderbouwd. **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.groene.nl/artikel/drukkingsgroep>. Published on 22-11-2017, retrieved on 13-06-2019.

## Drukkingsgroep

De lobby voor de afschaffing van de dividendbelasting is niet open en eerlijk verlopen. Geen wonder dat de oppositie zich hieraan ergert. Vier belangrijke lobbyvoorwaarden. **Moralization of the lobby-premise.**

‘We hebben in Nederland ruim zestien miljoen lobbyisten die politiek, ministeries, toezichthouders en uitvoeringsorganisaties benaderen en proberen te beïnvloeden. En dat is goed.’ Het had zo uit de mond kunnen komen van een vertegenwoordiger van een van de nieuwe coalitiepartijen, VVD, CDA, D66 of ChristenUnie, ter verdediging van het afschaffen van de dividendbelasting voor buitenlandse aandeelhouders. Voor die afschaffing hebben echter niet zestien miljoen Nederlanders gepleit, maar heeft alleen het internationale grootbedrijf gelobbyd. Dit tot afschuw van de oppositie, de linkse partijen GroenLinks, SP en PVDA voorop. Die doen alsof lobbyen vies en verderfelijk is, maar iedereen lobbyt toch, hoorde ik vorige week ter verdediging regelmatig van coalitievertegenwoordigers. **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Dat iedereen lobbyt, vonden ze bij de PVDA, toen regeringspartij, twee jaar geleden ook. Bovenstaand citaat komt van toenmalig PVDA-Kamerlid Lea Bouwmeester, uit haar pleidooi voor een open en transparante lobby. Daar pleitte ze voor, juist omdat vooral grote bedrijven een sterke lobby hebben. Meer openheid moest een eerlijker kans op invloed op het regeringsbeleid geven aan alle Nederlanders, zodat niet alleen werkgeversorganisatie VNO-NCW haar wensen verzilverd krijgt. **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

(...Positieve voorbeelden van lobby: lobby voor ouderen...)Die breed gedragen positieve houding geldt echter niet voor de lobby van het internationaal grootbedrijf voor de afschaffing van de dividendbelasting voor buitenlandse aandeelhouders. Dat de oppositie zich daar tegen keert, is niet verwonderlijk. Open en transparant, zoals Bouwmeester bepleitte, was die lobby niet. Wie van Shell of Unilever drong er wanneer bij minister-president Rutte nog eens op aan die maatregel te nemen? Hebben die captains of industry niet veel makkelijker en informeler toegang tot de politiek dan de winkelier om de hoek? **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Wat de oppositie ook ergert, is het hoge bedrag, jaarlijks 1,4 miljard euro, dat met de maatregel is gemoeid, zonder dat duidelijk is wat de afschaffing voor effect heeft. De regering beweert dat het tot meer werkgelegenheid leidt, maar heeft daar geen onderbouwing voor. Het is *Fingerspitzengefühl*, Nederland zou er interessanter van worden als vestigingsland. Veel geld, onbetrouwbaar effect: dat is vragen om kritiek. **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Voor welke lobby politici uiteindelijk gevoelig zijn, zou idealiter altijd een met argumenten omklede politieke afweging moeten zijn. Waar je het vervolgens ook mee oneens kunt zijn. Juist daarom is het dringend noodzakelijk dat, wat Bouwmeester destijds bepleitte, in ieder geval duidelijk wordt wie er bij Kamerleden of ministers druk heeft uitgeoefend voorafgaand aan welke besluiten. Met openbaarmaking van de verstrekte informatie. Alleen een lobbyistenregister zoals de Tweede Kamer nu heeft, is volstrekt onvoldoende. Kevin Zuidhof staat er niet in. Maar drukken deed hij wel. **Legalistic system change, legalistic transparency. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.groene.nl/artikel/unilevers-bidbook> . Published on 26-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

### Unilevers bidbook

Het is ontluisterende lectuur, de bijna vijfhonderd pagina's aan mails en documenten die twee journalisten van de *NRC* met een Wob-verzoek van de ministeries van Justitie, Algemene Zaken en Economische Zaken (EZ) hebben afgetroegeld. Ze gaan over de pogingen van Henk Kamp en Mark Rutte om het Britse hoofdkantoor van Unilever naar Nederland te halen. Met succes, zo bleek in de herfst van 2017 (verloop vanaf 2017-2018). **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

En dat strikt geheim moest blijven. Niet alleen grossieren de documenten in de mededeling 'gelieve vertrouwelijk te behandelen'. Erger is dat de betrokken ministeries er geen been in hebben gezien om in één klap de hele Wob-procedure (dat laatste redmiddel van journalisten en burgers die informatie aan een bureaucratisch apparaat proberen te ontfutselen waarvan de bureaucraten zelf het bestaan het liefst zouden willen ontkennen) tot een farce te maken. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

Pagina na pagina is namelijk alle inhoudelijke informatie weggelakt. Niet alleen de namen van de betrokkenen. Ook wat er in het bidbook staat, welke argumenten EZ heeft aangedragen om Nederland als vestigingslocatie bij Polman voor het voetlicht te brengen, en of er van kabinetswegen al dan niet is gezwaaid met financiële douceurtjes, is onleesbaar gemaakt. En daar zou inderdaad heel goed de afschaffing van die door grootzakelijke lobbyisten als VNO/NCW en de American Chamber of Commerce zo gehate dividendbelasting bij hebben kunnen zitten. Dat je een ordinaire omkoop poging van een stink- en stinkrijke multinational met een openbare stedencompetitie durft te vergelijken geeft aan dat ook op ministeries het virus van het post-politieke cynisme rondwaart. Welkom in het Nederland van Mark Rutte. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.groene.nl/artikel/kinderen-van-rutte>. Published on 18-03-2019, retrieved on 12-06-2019.

### Kinderen van Rutte

Ditmaal waren de beloftes vergroening en, vooral, koopkrachtherstel. En opnieuw bleken ze loos. Koopkracht was er vooral voor de vrienden van Rutte. Polman kreeg zijn afschaffing van de dividendbelasting ter waarde van minstens twee miljard euro per jaar. En de rest van grootzakelijk Nederland kreeg een miljardenverlaging van de winstbelasting. Daar stond koopkrachtverlies voor burgers tegenover: het laagste btw-tarief ging van zes naar negen procent en de energieheffing steeg met tientallen procenten. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political.**

<https://www.groene.nl/artikel/corruptie-2018-10-05>. Published on 10-10-2018, retrieved on 17-06-2019.

## Corruptie

En zo werd de dividendsaga alsnog een debacle. Op hetzelfde moment dat Unilever-bestuursvoorzitter Paul Polman op de Franse Insead Business School de opening verzorgde van een conferentie die *Force for Good* heette, stak Unilever met een persberichtje de fik in een van de oudste democratieën ter wereld. Ik heb het over het besluit om de voorgenomen verhuizing van het hoofdkantoor naar Rotterdam toch maar niet ter stemming aan de aandeelhouders voor te leggen. Mark Rutte's kompaan staatssecretaris Menno Snel moest het uit de pers vernemen. Terwijl de premier op verzoek van Polman toch echt al zijn politieke kapitaal had moeten opbranden om de afschaffing van de dividendbelasting in het regeerakkoord te krijgen en Britse aandeelhouders van Unilever te paaien voor de verhuizing te stemmen. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Ook al had het in geen enkel verkiezingsprogramma gestaan, was het tijdens de verkiezingscampagne van 2017 niet ter sprake gekomen, ging het om een krankzinnig hoog bedrag, waren er geen goede argumenten voor, interesseerde het de aandeelhouders geen zier en volgde het op de langste recessie sinds de jaren dertig, waar meer dan de helft van de Nederlanders nog lang niet van was bekomen. Een kattenbelletje van Polman ergens in het voorjaar van 2017 volstond om Rutte aan zijn politieke zelfmoordmissie te laten beginnen. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Dat wil niet zeggen dat er geen geschiedenis is. De laatste maanden hebben journalisten en wetenschappers een enorme berg documenten boven tafel gekregen die een onthutsend beeld schetsen van de staat van de Nederlandse democratie. Bestuursvoorzitters die de deur van ministers en parlementariërs platlopen; ministeries die heuse bidboeken opstellen om Unilever naar Nederland te halen; ambtenaren die het dividendprobleem van de Britse aandeelhouders van Shell oplossen door het bedrijf zijn dividenden via een brievenbusmaatschappij op Jersey te laten uitkeren; en lakeien op de ministeries van EZ en Financiën die de sporen ervan vervolgens met grote potten verf in de opgevraagde documenten weglakken om hun politieke bazen uit de wind te houden. Er is maar één woord voor: corruptie. **Corporate political relations. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

De politieke gevolgen van het debacle zijn groot. Niet alleen is het populistische ongenoegen onder het electoraat verder gevoed. Ook is Rutte aangeschoten wild en moet voor het politieke lot van de derde coalitie die zijn naam draagt worden gevreesd. Het tafereel van een premier die bezweert geen loopjongen van Unilever te zijn, maar die het voorstel om de dividendbelasting af te schaffen schielijk intrekt als Unilever haar deel van de afspraak niet nakomt, is onsmakelijk en een premier onwaardig. Wat volgens de premier goed voor de BV Nederland was, bleek uiteindelijk toch alleen goed voor Unilever. Alles wat straks Rutte's lippen passeert wordt langs de meetlat van deze leugen gelegd. Dat wil niet zeggen dat er geen geschiedenis is. De laatste maanden hebben journalisten en wetenschappers een enorme berg documenten boven tafel gekregen die een onthutsend beeld schetsen van de staat van de Nederlandse democratie. Bestuursvoorzitters die de deur van ministers en parlementariërs platlopen; ministeries die heuse bidboeken opstellen om Unilever naar Nederland te halen; ambtenaren die het dividendprobleem van de Britse aandeelhouders van Shell oplossen door het bedrijf zijn dividenden via een brievenbusmaatschappij op Jersey te laten uitkeren; en lakeien op de ministeries van EZ en Financiën die de sporen ervan vervolgens met grote potten verf in de opgevraagde documenten weglakken om hun politieke bazen uit de wind te

houden. Er is maar één woord voor: **corruptie**. **Corporate political relations**. **Capitalism**. **Neoliberalism**. **Nationalistic**. **Political Narrativization**.

Belangrijker is dat nu is aangetoond dat niets zo brutaal is als het grootbedrijf. **Corporate political relations** **Capitalism**. **Neoliberalism**. **Nationalistic**. **Discursive antagonism-corporate**

Terwijl de bijdrage van datzelfde grootkapitaal aan de schatkist minimaal en dalend is, de werkgelegenheid in Nederland bij de vijf grootste Nederlandse beursfondsen sinds 1980 met ruim tachtig procent is gedaald en het merendeel van het old boys netwerk fiscaal vluchteling is. Hoezo oranjegevoel? Het wordt tijd dat de politiek een luid en duidelijk f\*ck you terug gaat zeggen. **Corporate political relations** **Capitalism**. **Neoliberalism**. **Nationalistic**. **Discursive antagonism-corporate**

<https://www.groene.nl/artikel/opstand-2018-09-05>. Published on 05-09-2018, retrieved on 12-06-2019.

## Opstand

Kiezers en de democratie worden door de macht die internationale bedrijven hebben over het kabinet buitenspel gezet. Maar kiezers zijn niet gek. **Corporate political relations** **Capitalism**. **Neoliberalism**. **Nationalistic**. **Discursive antagonism-political**

Kiezers zijn niet gek. Ze voelen heel goed aan dat de globalisering democratisch gekozen parlementen en kabinetten tot speelpop van het bedrijfsleven maakt. Doet u niet wat wij willen, dan gaan we met ons bedrijf toch ergens anders heen! De afschaffing van de dividendbelasting voor buitenlandse aandeelhouders heeft dit allemaal in zich. **Corporate political relations** **Capitalism**. **Neoliberalism**. **Nationalistic**. **Discursive antagonism-political**

<https://www.ftm.nl/artikelen/kabinet-rutte-zwichtte-voor-jarenlange-lobby-van-bedrijfsleven?share=1>. Published on 29-08-2018, retrieved on 17-06-2019.

### **De aanhouder wint: hoe Rutte zwichtte voor de jarenlange lobby van het bedrijfsleven**

Het Nederlandse fiscale beleid wordt al jarenlang grotendeels gedictieerd door de belangen van grote multinationals. Dat beeld werd bevestigd door interne documenten van Financiën over de contacten tussen het ministerie en het bedrijfsleven, die SOMO en Oxfam Novib in 2016 via een Wob-procedure hebben verkregen. De documenten bieden een kijkje in de keuken van Financiën. We zagen hoe nauw de contacten zijn met het VNO-NCW, de Nederlandse Orde van Belastingadviseurs (NOB) en de American Chamber of Commerce (AmCham). We lazen de adviezen van de ambtelijke top aan de staatssecretaris ter voorbereiding op zijn vele gesprekken met het VNO-NCW. We zagen hoe de AmCham en de NOB zich met hand en tand verzetten tegen maatregelen om belastingontwijking tegen te gaan. En we konden zien hoe Financiën actief de samenwerking met deze lobbyclubs zoekt, om het Nederlandse vestigingsklimaat zo *business friendly* mogelijk te houden. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

De contacten gaan verder dan lobbyen alleen: dan krijgen belangenverenigingen de kans hun standpunten over te brengen of hun kennis te delen. Wat we hier zien is structurele samenwerking, waarbij deze organisaties achter de schermen een belangrijke rol hebben bij het ontwerpen van beleid. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Waarom lukte nu wel wat diezelfde lobby jarenlang niet voor elkaar kreeg? Rutte geeft openlijk toedat deze ‘bizarre’ maatregel is genomen om te voorkomen dat Shell en Unilever Nederland zouden verlaten. Het Nederlandse vestigingsklimaat moest worden beschermd, vooral nu met de Brexit de strijd om hoofdkantoren in Europa weer volop losbarst. Maar al eerder waren er zorgen bij de top van het bedrijfsleven en de VVD over het vestigingsklimaat, in verband met de plannen van de OESO om belastingontwijking tegen te gaan. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Deze tactiek, waarbij je een onafhankelijk instituut onderzoek laat doen dat jouw standpunt bevestigt, opdat je het in je eigen lobby kunt gebruiken, is bekend bij Financiën. De ambtenaren daar bekijken dergelijke onderzoeken met argwaan. Zo verscheen in 2012 een onderzoeksrapport van de VU, in opdracht van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (ELI) dat was uitgevoerd door onderzoekers verbonden aan zowel universiteiten als belastingadvieskantoren. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Met andere woorden: de methodologie is volgens de ambtenaren zo gekozen dat het Nederlandse fiscale klimaat er ongunstig uitkomt. In diezelfde ambtelijke notitie worden een aantal andere onderzoeken genoemd. Onderzoeken die niet in opdracht van ELI of VNO-NCW zijn uitgevoerd, laten volgens de ambtenaren van Financiën een genuanceerder beeld zien: **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Premier Rutte en toenmalig staatssecretaris van Financiën Wiebes waren dus in 2015 al

doordrongen van de wens om het Nederlandse vestigingsklimaat te beschermen via belastingverlagingen voor het bedrijfsleven. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Zo zegeviert de lobby van het bedrijfsleven alsnog. Waar zij maatregelen tegen belastingontwijking niet kan tegenhouden, weet de lobby er in elk geval voor te zorgen dat zulk beleid er niet toe leidt dat het grootbedrijf een cent belasting meer betaalt. Sterker nog, het grootbedrijf weet er een lastenverlichting van meer dan vijf miljard euro uit te slepen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

<https://www.ftm.nl/artikelen/dtib-lobby-economisch-beleid?share=1>. Published on 05-05-2018, retrieved on 12-06-2019.

#### **Deze club heeft al dertien jaar invloed op ons economisch beleid (en toch kent niemand hem)**

Na de ophef omtrent het afschaffen van de dividendbelasting, is de invloed van BV Nederland in Den Haag weer volop in het nieuws. Want dát er veel wordt gelobbyd bij de overheid, daar twijfelt vrijwel niemand aan. Maar hóé dit gebeurt, komt zelden naar buiten. Tot nu. Onderzoek naar de schimmige Dutch Trade and Investment Board (DTIB) laat zien dat er in Nederland een structurele polderlobby gaande is om belangen van het nationale grootbedrijf te dienen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Er is in Nederland een structurele polderlobby gaande. Het doel: om de belangen van het nationale grootbedrijf te dienen. De naam: *Dutch Trade and Investment Board* (DTIB). Van het omstreden TTIP-verdrag en subsidies voor ondernemen in het buitenland tot het in stand houden van het Nederlandse belastingparadijs: in deze organisatie komt zo ongeveer alles dat te maken heeft met (internationaal) ondernemen aan bod. Meer dan zestig Nederlandse bedrijven, dertig bedrijfsverenigingen en zeven verschillende ministeries hebben de afgelopen dertien jaar deelgenomen aan de club. De DTIB is dan ook een zwaargewicht in de Nederlandse politiek. Toch is de kans klein dat u er ooit van heeft gehoord. Tot vandaag. Follow the Money kreeg dankzij een Wob-verzoek toegang tot de (voorheen geheime) notulen van alle vergaderingen die deze lobbyclub de afgelopen dertien jaar heeft gehouden. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

De DTIB werkt het liefst in de schaduw. Dat blijkt ook wanneer wij met een beroep op de Wob (Wet Openbaarheid van bestuur) bij het ministerie van Buitenlandse Zaken om toegang vragen tot documenten over de organisatie: ‘Dan gaan wij lekker lakken’, zo luidt de eerste reactie die wij na het indienen van het verzoek krijgen. Een dreigement dus: we kunnen de documenten wel opvragen, maar veel zal er niet te lezen zijn. Als we voet bij stuk houden, krijgen we in plaats van de stok een wortel aangeboden: of we in plaats van de Wob niet liever een etentje zouden willen met DTIB-betrokkenen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Ook opmerkelijk: hoewel de resultaten van Wob-verzoeken normaal gesproken door de Rijksoverheid online worden gezet, is dat hier niet gebeurd. Daarom hebben we het zelf maar gedaan. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

De bestuurlijke en economische elite van Nederland vindt elkaar in de DTIB. En als we kijken naar de samenstelling, dan zien we dat er de afgelopen jaren een netwerk is ontstaan waarin alle neuzen min of meer dezelfde kant op staan. Een groep van vrijwel uitsluitend (witte) mannen van middelbare leeftijd, die gezamenlijk het economische beleid van Nederland in het buitenland helpen vorm te geven. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Uit de vele notulen komt verder naar voren dat het in de DTIB georganiseerde bedrijfsleven op de eerste rang zit waar het gaat om het verkrijgen van kennis omtrent nieuw beleid dat de BV Nederland aangaat. Beleid dat, zo blijkt eveneens, mede door de deelnemers wordt vormgegeven. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the classic lobby premise.**

Kort samengevat is de DTIB één van de plekken waarin het Nederlandse bedrijfsleven haar belangen kan behartigen. In de volksmond is deze praktijk beter bekend als lobbyen; toch ziet de organisatie zichzelf niet als een lobbyorgaan, maar als ‘onafhankelijk’ adviesorgaan. Tijdens de interviews die we met DTIB-leden houden, passeren termen als ‘adviesraad’ ‘overlegorgaan’, ‘praatclub’ of ‘klankbord’ de revue. Het woordje ‘lobby’ zit er nooit tussen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the classic lobby premise.**

Als we Buijink en Bodewes moeten geloven, is er in de DTIB dus geen enkele sprake van een lobby — het gaat immers om het bedrijfsleven als geheel. De bedrijven in de DTIB zouden niet bezig zijn met het opkomen van hun *eigen* belang, maar het belang van hun *sector*, of van het bedrijfsleven in het algemeen. Je kunt je afvragen of dit klopt. De belangen van het bedrijfsleven kunnen immers haaks staan op die van de samenleving (denk bijvoorbeeld aan belastingontwijking en milieuschade). En ook lijkt het verschil tussen ‘lobbyen’ en ‘advies geven’ een stuk kleiner dan de DTIB doet voorkomen. Als Unilever pleit voor het afschaffen van de dividendbelasting is het een lobby, maar wanneer het bedrijfsleven in de DTIB pleit voor het verlagen van de vennootschapsbelasting is het dat niet? **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the classic lobby premise.**

Nee, wat uit de notulen van de DTIB vooral naar voren komt is juist hoe ingepolderd de lobbypraktijken in Nederland zijn. Dit is een organisatie die van binnenuit en op structurele basis meepraat over het te voeren beleid: lobbyen als bestuursmodel. Strikt genomen hebben de private leden van de DTIB dus gelijk dat het geen lobbyisten zijn: ze hoeven helemaal niet in de lobby te wachten. Voor hen is plaats genoeg aan de vergadertafel. De contacten gaan verder dan lobbyen alleen: dan krijgen belangenverenigingen de kans hun standpunten over te brengen of hun kennis te delen. Wat we hier zien is structurele samenwerking, waarbij deze organisaties achter de schermen een belangrijke rol hebben bij het ontwerpen van beleid. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the classic lobby premise.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/schrappen-dividendbelasting-trend?share=1>. Published on 04-05-2018, retrieved on 12-06-2019.

**Het schrappen van de dividendbelasting past in een trend: bedrijven worden in de watten gelegd, burgers geplukt**

De kritiek rondom het afschaffen van de dividendbelasting ging vorige week voornamelijk over het gedraai van het kabinet en de vergeetachtigheid van minister-president Rutte. Maar er is meer aan de hand. Over hoe de lasten van de crisis zijn afgewenteld op de belastingbetalers, terwijl banken en bedrijven buiten schot zijn gebleven. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Behalve de algemene en terechte verontwaardiging over Rutte's woordenspel rond zijn 'herinnering' en het gebrabbel daarover van zijn coalitiegenoot Buma, werd op die dag nog iets veel belangrijkers zichtbaar: de voorstanders van afschaffing hebben inhoudelijk geen flauw idee waar ze het over hebben. Zij baseren zich puur op een geloof in *trickle down economics*. Zij krijgen argumenten ingefluisterd door lobbyisten van Unilever, Shell en VNO-NCW. En zij hebben zelfs de korte memo's die door ambtenaren werden aangedragen niet gelezen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Die gedachte past in een thema: werknemers en burgers draaien steeds meer voor de kosten op, terwijl de opbrengsten in steeds grotere mate in de zakken van aandeelhouders en grote bedrijven blijven. Dit gebeurt zonder dat die laatsten daarvoor in gelijke mate terug investeren in de maatschappij, bijvoorbeeld door banen te creëren. Deze maatregel duikt in de vorm van grotere lasten voor woningcorporaties inderdaad op in de kabinetsplannen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic.**

**Moralization of the classic lobby premise.**

De afschaffing van de dividendbelasting is in dat opzicht slechts een symptoom van een veel grotere trend. Oppositie en opiniemakers zijn overwegend kritisch, maar de kritiek is vooral *reactief*: gericht op afzonderlijke aspecten van het 'vestigingsklimaat'-verhaal. Er wordt weinig aandacht besteed aan de bredere context: hoe de laatste decennia continu de belastingen voor bedrijven zijn verlaagd. Hoe de winsten in die periode zijn gestegen, maar de lonen achterbleven. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the classic lobby premise.**

Tenslotte: laten we niet vergeten dat de coalitie hun voornemen om de dividendbelasting af te schaffen nog aan de Tweede Kamer moet voorleggen. Het is nog geen gelopen race. Als deze coalitie besluit om zonder enige inhoudelijke onderbouwing, volledig vertrouwend op hun rauwe machtspositie, het cadeau aan Unilever en Shell te overhandigen, laten we het dan niet onopgemerkt laten gebeuren. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

## Door Shell gefinancierd onderzoek stond aan de basis van afschaffing dividendbelasting

In het geheim door Shell gefinancierd onderzoek van de Erasmus <sup>LEP</sup> Universiteit diende als fundament voor de afschaffing van de dividendbelasting. Andere wetenschappers bekritiseren de methodologie van het onderzoek en wijzen op het risico van vooringenomenheid. De omstreden afschaffing van de dividendbelasting werd gelegitimeerd met een discutabel onderzoek van de Rotterdam School of Management (RSM). Sterker nog: het RSM-rapport vormt de enige als wetenschappelijk aangemerkte bron voor de memo's van het kabinet **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Vorig jaar bleek al dat professor Henk Volberda verzuimde om de opdrachtgevers en financier correct te vermelden op het bewuste rapport. Shell betaalde de rekeningen en was samen met VNO-NCW, Unilever, Akzo Nobel, Philips en DSM opdrachtgever. Normaal gesproken worden er dikke rapporten geschreven voorafgaand aan een ingrijpende belastingherziening. In dit geval ontbreken die, en daarmee ook inzicht in de gemaakte keuzes.' Dat zei hoogleraar belastingrecht Jan van de Streek op 24 april tegen *Nieuwsuur* over het kabinetsbesluit om de dividendbelasting af te schaffen. Van de Streek diende daarom een Wob-verzoek in om de memo's achter het besluit openbaar te krijgen — memo's waarvan de bestuurders van ons land het bestaan ontkenden. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

En dat is een gemiste kans: de memo's uit de kabinetsformatie werpen nieuw licht op de manier waarop multinationals de politiek bespelen. Uit het partijstuk van Rutte blijkt dat één specifiek onderzoek van de Erasmus Universiteit Rotterdam (EUR) een belangrijke rol speelde in de wetenschappelijke legitimatie van het kabinetsbesluit. Een onderzoek dat, zo bleek al uit eerdere artikelen van Follow the Money, in het geheim gefinancierd werd door Shell. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Een onderzoek bovendien, waarvan de wetenschappelijke deugdelijkheid ter discussie staat: 'Het is een gotspe dat beleidsmakers en politici de afschaffing van de dividendbelasting op basis van dit rapport durven te bepleiten,' aldus hoogleraar economie aan de Erasmus School of Economics Bas Jacobs tegen FTM. Het schrikbeeld dat multinationals massaal uit Nederland zullen vertrekken als bepaalde belastingmaatregelen niet worden doorgevoerd, doemt ook op in overheidsdocumenten. Zo lezen we in het memo dat volgens Rutte geen memo was: *'ons vestigingsklimaat voor 'topholdings' staat in toenemende mate onder druk.'* Er wordt in het memo voor waar aangenomen dat het Nederlandse vestigingsklimaat 'verslechtert' en dat 'fiscaliteit' daarin een 'voornaam factor' is. De afschaffing van de dividendbelasting zou daarom noodzakelijk zijn om de hoofdkantoren van Shell, Unilever en Akzo Nobel in Nederland te houden en andere multinational-hoofdkantoren aan te trekken. Dat zou vervolgens weer voor werkgelegenheid zorgen. Deze conclusies zijn echter gestoeld op een reeks aannames waarvoor de cijfermatige onderbouwing ontbreekt. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Het onderzoek verschaft de afschaffing van de dividendbelasting van wetenschappelijke legitimiteit; niet langer is het plan slechts een belastingwens van Shell, Unilever of VNO-NCW: ook ‘onafhankelijke’ wetenschappers van de vooraanstaande Erasmus Universiteit constateren hier dat de dividendbelasting een gezond vestigingsklimaat in de weg staat. Een belangrijke bijdrage, want het RSM-onderzoek is de enige bron in het hele partijstuk. In de andere memo’s staan überhaupt geen wetenschappelijk referenties: we vinden slechts verwijzingen naar consultancy-rapporten. Het onderzoek werd uitgevoerd door RSM-hoogleraar strategisch management Henk Volberda en zijn collega’s Marc Baaij, Frans van den Bosch en Tom Mom. Op het onderzoeksrapport staat verder officieel vermeld dat het onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van VNO-NCW. In werkelijkheid waren er naast VNO-NCW echter nog meer directe opdrachtgevers: Shell, Unilever, AkzoNobel, DSM en Philips. **un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise/ use of authorizations.**

Shell ontkende vorig jaar tegenover FTM mede-opdrachtgever van het onderzoek te zijn. Dit terwijl de opdrachtbevestiging (in handen van FTM) gedrukt is op Shell-briefpapier. Shell financierde ook het onderzoek: in drie etappes maakte het oliebedrijf ruim 300 duizend euro over aan de RSM. Dat blijkt uit bonnetjes die naar boven kwamen uit het onderzoek dat Vatan Hüzeir, promovendus aan de EUR en milieuactivist, met zijn duurzaamheidsdenktank Changerismuitvoerde naar de banden tussen de RSM en de fossiele industrie. Het niet bij naam vermelden van opdrachtgevers en externe financiers is in tegenspraak met de Gedragscode Wetenschapsbeoefening. Lobbyrapport voor belastingmaatregelen Volberda benadrukte vorig jaar tegenover Follow the Money dat het Wederzijds Profijtrapport absoluut ‘geen lobbyrapport voor lastenverlichting’ is. Toch is dat precies waar het voor gebruikt wordt. Het Wederzijds Profijtrapport van Volberda vormde de wetenschappelijke bron voor het adviesrapport ‘Met hoofdkantoren naar de top’ van het *topteam Hoofdkantoren*. Volberda was in 2011/2012 zelf de enige afgevaardigde van de wetenschap in die adviesgroep van de overheid. Volberda herhaalt wat hij vorig jaar tegen FTM zei: ‘Bij ons is altijd gezegd dat VNO-NCW de opdrachtgever is en daar hebben wij ook aan gerapporteerd.’ Dit is in tegenspraak met wat hij in april 2017 in het *NRC* schreef: in zijn betoog ‘*Red ook eens een hoofdkantoor*’ noemde hij Shell, Unilever, Akzo, DSM en Philips wél als opdrachtgevers. In november vorig jaar zei hij tegen diezelfde krant dat ‘met de kennis van nu’ het niet melden van de vijf grote bedrijven ‘een absolute schoonheidsfout’ was. Toch vindt Volberda niet dat hij verkeerd gehandeld heeft. Volgens Hüzeir is er meer aan de hand dan alleen het niet vermelden van de financiers en opdrachtgevers: ‘Het Wederzijds Profijtrapport vormde de basis voor latere publicaties van Volberda. Ook daarbij wordt de betrokkenheid van Shell en de andere bedrijven niet vermeld.’ Hüzeir stelt verder dat Volberda niet transparant is geweest over zijn adviseurschappen en eerdere verbanden met Shell. Veldkamps belangrijkste kritiekpunt heeft betrekking op onafhankelijkheid. ‘Allereerst hebben deze respondenten een direct belang bij de uitkomsten van het onderzoek. Daarnaast representeren deze ceo’s bedrijven die al in Nederland gevestigd zijn. De impact van deze *bias* op de uitkomsten is moeilijk te voorspellen, maar zou wel vermeld moeten worden in de conclusieparagraaf.’ **un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise/ use of authorizations.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/rutte-3-geeft-de-burger-alweer-een-klap-in-het-gezicht?share=1>.  
Published on 16-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

### **Rutte-3 geeft de burger (alweer) een klap in het gezicht**

En zo ging de voorgenomen afschaffing van de dividendbelasting alsnog van tafel. Niet door de druk van de verzamelde oppositie, het schrijf- en demonstratiewerk van een handvol ngo's, of het virtuele burgerlijke oproer op Twitter en Facebook. Wel door de hooghartige afwijzing van Ruites gift door het bedrijf waarom het uiteindelijk allemaal te doen was geweest: Unilever. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Doordat Britse vermogensbeheerders Unilever door de voorgenomen verhuizing naar Rotterdam uit de Londense beursindex zagen vallen en dus gedwongen zouden worden allemaal op ongeveer hetzelfde moment hun aandelen te verkopen, dreigde een aandeelhoudersoproer op de vergadering van 26 oktober aanstaande. Polman koos eieren voor zijn geld, trok het verhuisplan in, en zette Rutte voor het front der natie opzichtig voor schut. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Oftewel, er is iets goed mis met het gemondialiseerde kapitalisme van vandaag de dag – en dan heb ik het nog niet eens over de ecologische rampspoed die het heeft veroorzaakt. Dan verwacht je maatregelen die het sociale contract herstellen. Niet maatregelen die de bestaande machtsongelijkheid verder bestendigen, en het sociale contract verder ontwrichten. Wie dat toch doet, zoals Rutte-3 met de verlaging van de vennootschapsbelasting, moet niet vreemd opkijken als het zaad van het populisme verder tot wasdom komt. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Laat dat nu net de vestigingsfactoren zijn die ook de bedrijven die je wel naar Nederland wil halen het meest waarderen. Zo steun je bedrijven die trots zijn op hun Nederlandse burgerschap en die willen investeren in de Nederlandse samenleving. Oppositie, er is werk aan de winkel. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

<https://www.ftm.nl/artikelen/planeet-paul-polman?share=1>. Published on 07-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

### **Planeet Polman**

Gedoe met 'win-win-situaties' heeft Polman vaker. Eind augustus sprak hij zich na vele maanden van verhit maatschappelijk en politiek debat eindelijk uit over de afschaffing van de dividendbelasting die volgens hem heel goed was voor Nederland. Een maatregel ook die – zo was inmiddels duidelijk – vooral door toedoen van 'zijn' Unilever via de achterdeur in het regeerakkoord terecht was gekomen. Het verhaal van Polman maakte weinig indruk. Als hij er iets mee aantoonde, was het wel dat hij de feiten niet kende en zijn maatschappelijke antenne ergens in zijn woonhuis in Genève in een rommelkast had verstopt. Hoogleraar economie en overheidsfinanciën aan de Erasmus School of Economics, Bas Jacobs, noemde de uitspraken van de Unilever-topman 'onthutsend' en fileerde diens feitenvrije praatje tot op het bot. De maatregel om de dividendbelasting af te schaffen gaat

‘ten koste van het algemeen belang en tegelijkertijd wordt het vertrouwen van burgers in de politiek beschaamd,’ schreef Jacobs. Met dank aan Unilever. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Vrijdag 5 oktober twitterde Polman niet, hoewel het bedrijf waaraan hij leiding geeft, volop in het nieuws was. Unilever had ’s ochtends bekendgemaakt dat de verhuizing van het hoofdkantoor naar Rotterdam niet doorging. Nog voordat het bericht over de verhuizing wereldkundig was gemaakt, had Polman met Rutte gebeld, zo blijkt uit de reconstructie van *de Volkskrant* – zoals hij ook voor het kabinetsbesluit om de dividendbelasting af te schaffen met de premier had gebeld en gesproken. Ook de andere leiders van de regeringspartijen kregen een belletje van de Unilever-ceo. Het kabinet-Rutte III – de premier in het bijzonder – sloeg even later, dankzij het besluit van Unilever, een gruwelijk modderfiguur. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

Wanneer het al bijna een jaar duidelijk is dat de belangen van multinationals – en één in het bijzonder – op een ondoorzichtige en niet onderbouwde wijze de boventoon voeren en kabinetsbeleid vanwege de besluiten van buitenlandse aandeelhouders opeens een wending kan nemen, schaadt dat het aanzien van de democratie in Nederland. Die kritiek is waarschijnlijk niet aan Polman besteed. Terwijl zijn besluit de Nederlandse premier in zijn hemd zette, stond hij ergens in Frankrijk een toespraak te houden. In Fontainebleau om precies te zijn, op de campus van INSEAD, een van de meest vooraanstaande management instituten van Europa. Dit ter gelegenheid van *The Force for Good Conference*. Hij kreeg er een staande ovatie van het publiek, twitterde @Insead. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/waarover-de-algemene-politieke-beschouwingen-zouden-moeten-gaan?share=1>. Published on 21-08-2018, retrieved on 16-06-2019.

### **Rutte-III en de doorgeslagen macht van de multinational**

Maar er is meer. Sinds de crisis is er veel te doen over de legitimiteit van het kapitalisme. Kwesties als klimaatverandering, de uitholling van de democratie door de macht van het grootkapitaal, snel oplopende inkomens- en vermogensongelijkheden en de verkiezingswinst van populistten hebben de vraag opgeroepen of hyperglobalisering en financialisering de samenleving niet meer kwaad dan goed hebben gedaan. Eind deze maand vergaderen nota bene de presidenten van de centrale banken – niet het meest radicale gezelschap – in Jackson Hole in de Verenigde Staten over precies dit onderwerp: is de macht van multinationals niet veel te groot geworden? Er is een groeiend aantal indicaties dat het antwoord op die vraag bevestigend moet luiden **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

In de zoektocht naar de oorzaken hiervan wordt vaak het doorgesloten aandeelhoudersdenken genoemd. Sinds de jaren zeventig is vanuit de Verenigde Staten het idee overgewaaid dat een onderneming maar één doel heeft: winstmaximalisatie. Als eigenaar heeft de aandeelhouder het laatste woord wat betreft besluiten die aan dat doel raken. Deze opvatting botste met de visie die op het Europese continent dominant was en die nog in 1991 door de Franse econoom Michel Albert werd beschreven als ‘Rijnlands’. Daarin ging het om continuïteit op de lange termijn, rekening houdend met de belangen van klanten, werknemers, de gemeenschap, toekomstige generaties en de planeet. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Sindsdien is het snel gegaan. Ook in Nederland, waar het structuurregime is afgeschaft, de

zeggenschap van werknemers is verminderd, de bescherming van aandeelhouders is versterkt, de macht van de aandeelhoudersvergadering is vergroot. En waar de top van het bedrijfsleven zich zonder al te veel morren heeft gevoegd naar de mores van het Anglo-Amerikaanse bedrijfsleven: van MBA tot exorbitante zelfverrijking, van fusies en overnames tot emissies en beursgangen, en van bedrijfssluitingen tot het spreken van het dieventaaltje dat in die kringen voor intelligent doorgaat. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Als het aan Rutte ligt, gaan we onverdroten op deze weg verder. Dit kabinet wil niet alleen de dividendbelasting afschaffen om aandeelhouders te paaien, maar ook de vennootschapsbelasting drastisch verlagen. Daar zou het wat mij betreft tijdens de Algemene Politieke Bepalingen over moeten gaan; niet over de hoogte van het bedrag of de ondoorzichtigheid van het proces, zoals tijdens de vorige debatten. Volgens Rutte-III moet de dividendmaatregel in samenhang met het hele belastingplan worden beoordeeld. Als het aan mij ligt wordt de maatregel gezien als uiting van een achterhaalde visie op het kapitalisme, en is het verzet ertegen onderdeel van een breder verzet tegen de uitwassen van het gefinancialiseerde, hypergeglobaliseerde aandeelhouderskapitalisme. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/visie-rutte-engelen?share=1>. Published on 26-06-2018, retrieved on 12-06-2019.

### De visie van Rutte

Onder leiding van premier Rutte is Nederland verworpen tot een corpocratie, waar multinationals ongeremd hun invloed gebruiken om zo weinig mogelijk belasting te betalen en op de beschermende hand van de overheid kunnen rekenen als ze falen. Ruttés VVD behartigt niet de belangen van de hardwerkende burger, maar die van het old boys netwerk. Het is een patroon dat we de afgelopen jaren vaker hebben gezien, en dat veel zegt over de hechte relaties tussen politiek en grootkapitaal in het Nederland van Rutte. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Ook al stond het in geen enkel verkiezingsprogramma, Polman en zijn hoofdcommissaris slaagden er door uitstekende connecties binnen de top van de VVD in het plan in het regeerakkoord te krijgen. Rutte-2 schreef in de zomer van 2017 zelfs een heus bidbook om Unilever te verleiden haar hoofdkantoor niet te vestigen in Londen, maar in Rotterdam. Om pakweg 800 banen uit het Verenigd Koninkrijk over te hevelen naar Nederland legt Rutte 1,4 miljard euro per jaar op tafel. Het is waarschijnlijk het duurste banenplan uit de menselijke geschiedenis. Wat Shell in 2005 nog via de omweg van een brievenbusmaatschappij in Jersey voor elkaar moest krijgen, is twaalf jaar later kabinetsvoornemen geworden en komt waarschijnlijk dit najaar zonder kleerscheuren door de Kamer. Met dank aan wetenschappers die in ruil voor wat strooigoed bereid zijn gebleken het belang van hoofdkantoren voor de Nederlandse economie van wat (wankele) wetenschappelijke legitimatie te voorzien. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

Het patroon is duidelijk. Steeds als een Nederlandse multinational onder vuur van buitenlandse aandeelhouders komt te liggen, springt de overheid bij. Dat hebben we tijdens de bankencrisis in alle openheid kunnen zien. Private ondernemingen die door eigen wanbeheer technisch failliet maar door hun cruciale rol in de Nederlandse economie formeel niet failliet mochten gaan, werden voor 135 miljard euro door de belastingbetaler gered. Het is de te verwachten uitkomst van een politiek stelsel dat meer en meer tekenen van morele corruptie begint te vertonen. De kartelpartijen van vandaag kennen nauwelijks nog maatschappelijke verworteling. In plaats daarvan zijn ze werving- en selectiemachines geworden van mensen wier nuttigheid vooral tot uitdrukking komt in de hoeveelheid sociaal kapitaal dat zij hebben weten te vergaren. Door een dysfunctionele pers, een steeds meer in zijn ivoren toren opgesloten universiteit, een steeds openlijker cynisch wordend openbaar bestuur, de verplaatsing van bevoegdheden naar supranationale, ondemocratische arena's (de EU), afgedwongen schaalvergroting en een daardoor (nodeloos) ingewikkeld geworden maatschappij is bovendien de democratische controle op wetgeving die aan de belangen van het grootbedrijf raakt, aan grote erosie onderhevig. Polman en de zijnen weten nu eenmaal veel makkelijker de weg te vinden naar het torentje van Rutte. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

En zo is langzamerhand het democratische oerprincipe van een stem per burger ingeruild voor een stem per euro. Zo verwordt onze parlementaire democratie in een corpocratie waarin het parlement steeds vaker het nakijken heeft. Neem de 'technische briefing' over de belastingafpraak met Shell die Rutte de Kamer in het vooruitzicht heeft gesteld: het betekent in feite dat de uitvoerende macht bepaalt wat de wetgevende macht mag weten, en dus: waarover parlementariërs mogen spreken. Het roept levensgroot de vraag op waar een partij als de VVD voor staat. Voor het dienen van de belangen van Nederlandse burgers? Of voor die van het Nederlandse old boys netwerk? Het begint er meer en meer op te lijken dat Rutte met de BV Nederland weliswaar het eerste suggereert maar het tweede bedoelt. Het is dan ook de hoogste tijd dat de burger wakker wordt en beseft waar de VVD onder Rutte mee bezig is: de verdere corpocratisering van Nederland. Dat is Ruttés versie van een politieke visie. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

<https://www.ftm.nl/artikelen/rutte-iii-vindt-multinationals-kennelijk-belangrijker-dan-onze-kinderen?share=1>. Published on 09-12-2017, retrieved on 12-06-2019.

### **Rutte-III vindt multinationals kennelijk belangrijker dan onze kinderen**

De basisscholen gaan weer staken. Want het nieuwe kabinet komt niet door met de benodigde 1,4 miljard. Dat is toch vreemd, vindt Edin Mujagic. Er is geen geld voor leraren, maar wel voor het afschaffen van dividendbelasting. Maar even afgezien daarvan: het kabinet Rutte-III heeft dus wél geld om dividendbelasting af te schaffen, maar kan geen geld voor ons basisonderwijs vinden. Toevallig genoeg gaat het om precies hetzelfde bedrag. We zouden dus ook kunnen zeggen dat onze regering het blijkbaar belangrijker vindt om buitenlandse beleggers een plezier te doen dan om te investeren in ons basisonderwijs. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Het is mij dan ook een raadsel hoe het afschaffen van de dividendbelasting beter kan zijn voor onze economie dan investeren in het basisonderwijs – zeker als je bedenkt dat er op datzelfde basisonderwijs jarenlang snoeihard is bezuinigd én dat er door de vergrijzing een tekort aan leraren aan zit te komen. Om met Hans Wiegel te spreken: ‘Sinterklaas bestaat’. Voor multinationals tenminste. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/ruttes-historische-race-naar-de-bodem?share=1>. Published on 16-11-2017, retrieved on 18-06-2019.

### **Ruttes historische race naar de bodem**

Mogelijk dat Rutte na zijn gesprekken met de topmensen van Unilever, Shell, Philips en AkzoNobel denkt dat hij net als Michiel de Ruyter een historische heldendaad verricht heeft, één waarover nog eeuwen zal worden gesproken. En ja: geschiedenis gaat Rutte schrijven. Dat lijkt geen twijfel. Ik denk alleen dat zijn race naar de bodem met de Britten vooral bekend zal komen te staan als het moment waarop de Nederlandse burger – of deze nou links of rechts stemt – definitief doorkreeg hoezeer de politiek door corporate belangen wordt gestuurd. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

De vraag is niet alleen hoe democratisch dat is — ik had er graag iets over in de verkiezingsprogramma's gelezen — de vraag is ook of het inmiddels openbare bod van de afschaffing van de dividendbelasting op termijn genoeg zal zijn om het hoofdkantoor van Unilever en Shell voor ons land te behouden. Ten eerste: een wedloop aangaan met een land dat sinds enige tijd sterke neigingen tot zelfdestructie vertoont, lijkt mij uit strategische overwegingen onverstandig. Je weet bij voorbaat dat dit type tegenstanders tot het uiterste zullen gaan. En verder. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/marktwerking-nieuwe-stijl-niet-de-klant-maar-het-grootbedrijf-is-koning?share=1>. Published on 08-11-2019, retrieved on 15-06-2019.

### **Marktwerking nieuwe stijl: niet de klant, maar het grootbedrijf is koning**

Marktwerking en de lobbyist. Dat er ‘geen enkele lobbyist’ is gekomen met het idee voor de

afschaffing van dividendbelasting, zoals Alexander Pechtold tegen BNR nieuwsradio zegt, is een leugen. Zo schreef Shell in haar lobby-input voor de afgelopen verkiezingen: 'De dividendbelasting werkt marktverstorend en dat is nadelig voor de concurrentiepositie van Nederland als vestigingsland ten opzichte van andere landen.' Een verhaal waar Shell al minstens een decennium mee lobbyt. En het zou mij verbazen als Shell het enige grootbedrijf is dat met deze boodschap bij de politieke leiders is rondgegaan. Gezien de huidige overnamedruk op Unilever zou CEO Paul Polman wel gek zijn als hij Mark Rutte en Alexander Pechtold niet een keer zou hebben opgebeld. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

Shell en Unilever mogen dan de trots van het Nederlandse bedrijfsleven zijn, het oliebedrijf en levensmiddelenconcern beantwoorden de nationale liefde zelden met evenveel hartstocht: geen lobby mogelijkheid blijft onbenut om de belastingbijdrage voor de BV Nederland tot een absoluut minimum te beperken. Wat goed is voor het grootbedrijf, is goed voor Nederland, luidt het devies. Marktwerking wordt daarbij als heilige graal aangedragen. 'Marktverstoring is een doodzonde,' spinnen de woordvoerders van het grootbedrijf. Tenminste: wanneer het gebruikt kan worden om de belangen van het bedrijf te behartigen. Met principes of overtuigingen heeft het weinig te maken, want wanneer marktverstoring de multinational wel uitkomt, blijft het angstvallig stil. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

De monetaire geldkraan voor het grootbedrijf open laten staan om vervolgens de dividendbelasting af te schaffen, terwijl lastenverlichting voor de gewone man opnieuw uitblijft; het heeft alles weg van een double whammy. Het sprookje van marktwerking moet er ondertussen voor zorgen dat de burger rustig de andere kant opkijkt. Welke klant is nou eigenlijk koning in onze maatschappij? **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

[https://www.somo.nl/nl/wp-content/uploads/sites/2/2018/09/eerlijke-belasting-voor-multinationals\\_web\\_september2018-1.pdf](https://www.somo.nl/nl/wp-content/uploads/sites/2/2018/09/eerlijke-belasting-voor-multinationals_web_september2018-1.pdf). Published on 01-08-2018, retrieved on 19-06-2019.

### **Eerlijke belasting voor multinationals: Race naar de bodem: de dividendbelasting uitgelegd**

De maatregel lijkt vooral een voortvloeisel te zijn van de invloed van multinationale ondernemingen – in het bijzonder Unilever en Shell - en hun belangenbehartigers. Nog steeds heeft het argument over ‘vestigingsklimaat’ en ‘hoofdkantoren’ een magische uitwerking op het publieke debat – ook al is er geen enkel bewijs dat de nu al vier decennia voortdurende verlaging van de lasten voor kapitaal effect heeft op bijvoorbeeld de creatie van nieuwe banen, herverdeling en bestaanszekerheid. Het afschaffen van de dividendbelasting past in een reeks van politieke beslissingen die in de laatste veertig jaar hebben geleid tot een overheveling van enorme sommen geld van werknemers (arbeid) naar aandeelhouders (kapitaal). Hierin staat Nederland niet alleen. Vrijwel alle ontwikkelde economieën maakten in deze periode vergelijkbare veranderingen door. De vennootschapsbelasting daalde, het aandeel van de lonen in de economie daalde. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

De argumenten van de voorstanders van afschaffing van de dividendbelasting zijn het beste samen te vatten met drie woorden: investeringsklimaat, investeringsklimaat, investeringsklimaat. Verder dan dat reikt de uitleg meestal niet. Maar als we iets dieper

duiken, bijvoorbeeld in de zogenaamde position papers die de voorstanders aandroegen voor een speciale hoorzitting in de Tweede Kamer op 14 december 2017,<sup>1</sup> dan vinden we zeven aannames. Dat minder dividendbelasting automatisch leidt tot meer investeringen, bijvoorbeeld. En dat dat op zijn beurt weer meer banen oplevert. Maar de vraag is of dat klopt. Zijn die verbanden wel zo vanzelfsprekend? We lopen de zeven meest prominente claims stuk voor stuk na. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Het is ook helemaal niet zo dat die economisch rationeler zijn of meer opleveren voor de Nederlandse maatschappij: het zijn voornamelijk fiscalisten die ervoor pleiten, niet de (meeste) economen. En die beslissingen komen voort uit een hardnekkige en machtige lobby. Of, misschien moeten we daar een ander woord voor zoeken, want lobby dekt de lading niet meer als vertegenwoordigers van het grote bedrijfsleven rechtstreeks aan tafel zitten en achter gesloten deuren op het allerhoogste politieke niveau afspraken maken. We hebben het hier over de structurele macht van multinationale ondernemingen. Deze macht uit zich niet alleen door directe beleidsbeslissingen maar ook door de indirecte invloed die deze grote bedrijven hebben op de denkbeelden en de personen die werkzaam zijn bij overheidsinstellingen. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Dat Shell, Unilever en VNO-NCW tijdens de kabinetsformatie voor Rutte III praktisch aan de onderhandelingstafel zaten, weten we inmiddels uit de memo's die het kabinet in april 2018 openbaar moest maken. In juni 2017 had toenmalig staatssecretaris van Financiën Wiebes een gesprek<sup>33</sup> met Unilever-topman Paul Polman en ook daarbuiten vond regelmatig politiek overleg plaats met Unilever en Shell. De multinationals en VNO-NCW voeren de boventoon, maar ook bijvoorbeeld de Amerikaanse Kamer van Koophandel (AmCham) duikt regelmatig op. De multinationals worden gesteund door grote advieskantoren die opvallend veel hoogleraren fiscaliteit op de loonlijst hebben staan.<sup>34</sup> Hierdoor is de academische onafhankelijkheid van deze hoogleraren niet altijd gewaarborgd. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

De pleidooien van de voorstanders van afschaffing zijn in hoofdstuk 2 uitgebreid tegen het licht gehouden. Maar deze lobby komt niet uit de lucht vallen. Zij is al decennia aan de gang en diep doorgedrongen in de Nederlandse besluitvormingsorganen (zoals het ministerie van Economische Zaken) en de politiek. Werkgeversorganisaties, multinationals en belastingadviseurs werken consequent en strategisch samen. Hun lobbyisten bestoken de politiek voortdurend met adviezen en pleidooien, ondersteund door vaak door henzelf verordonneerde 'wetenschappelijke' rapporten. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

Waarom lukt anno 2018 wel wat diezelfde lobby al die jaren niet voor elkaar kreeg? Het lijkt erop dat de verstrengeling tussen de politieke top van (vooral) de VVD enerzijds en VNO-NCW en een paar multinationals anderzijds een ander niveau heeft bereikt, waarbij het de vraag is wie nu eigenlijk regeert. Het gaat niet meer om argumenten: veel door de lobby gefinancierd onderzoek is ontkracht. Andersom laten echt onafhankelijke fiscale wetenschappers (zoals hoogleraar Jan van de Streek) en veel economen geen spaan heel van de argumenten die worden aangedragen. Het gaat om macht, en om politieke besluiten die door een klein clubje aan de top van de VVD worden doorgedrukt, en oogluikend toegestaan door hun coalitiegenoten. Zo zegeviert de lobby van het bedrijfsleven alsnog. Waar die lobby maatregelen tegen belasting-ontwijking niet kan tegenhouden, weet zij er in ieder geval voor te zorgen dat dit niet leidt tot het betalen van ook maar een cent extra belasting. Sterker nog, de lobby krijgt onze politieke leiders zelfs zo ver dat ze “ter bescherming van het vestigingsklimaat” een belastingcadeau à 4,7 miljard euro per jaar aan multinationals geven. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political Narrativization.**

<https://www.somo.nl/nl/afschaffing-dividendbelasting-na-jarenlange-lobby-door-vno-ncw/>.  
Published on 08-11-2018, retrieved on 19-06-2019.

**De dag die je wist dat ging komen: jarenlange lobby multinationals eindelijk beloond met afschaffen dividendbelasting Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Acht jaar later, november 2017, toont premier Rutte zich een stuk minder verstandig dan zijn voorganger. Hij gelooft tot in zijn ‘diepste vezels’ dat we Nederland uit de markt prijzen als we de dividendbelasting niet afschaffen (wat de schatkist €1,4 miljard kost). Een lobby van minstens acht jaar heeft voor VNO-NCW dus eindelijk zijn vruchten afgeworpen. SOMO heeft via een eerder Wob-verzoek de hand kunnen leggen op documenten waaruit blijkt dat er bij Financien al jaren wordt ge-lobby’d voor afschaffing van de dividendbelasting, terwijl hun ambtenaren skeptisch waren. Alle citaten uit dit stuk zijn afkomstig uit deze Wob-documenten. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

We spoelen vooruit naar juni 2014, en de American Chamber of Commerce (AmCham) komt langs bij de staatssecretaris van Financiën, Eric Wiebes, om te praten over belastingen. De directeur van Internationale Zaken van het ministerie schrijft een gespreksnotitie ter voorbereiding. Wiebes is dan pas net (in februari) aangetreden als vervanger van Frans Weekers, dus hij moet goed voorbereid worden. Hij wordt er door zijn ambtelijke staf daarom op gewezen dat AmCham een ‘bekende gesprekspartner van Financiën is op het fiscale dossier’, dat het ministerie ‘goede contacten’ met ze heeft en dat er ‘regelmatig overleg’ plaatsvindt [Wob-document A.02, p. 54]. Mocht je nu (geheel terecht) denken dat AmCham een soort Amerikaanse KvK is, dan zit je er naast. AmCham is een lobbyclub van niet alleen Amerikaanse multinationals, maar ook Nederlandse bedrijven die baat hebben bij handel en investeringen in Nederland en de VS. Bijna 250 bedrijven en instanties zijn lid, zoals Starbucks en Nike, maar ook Philips, Unilever, trustkantoor Intertrust en ABN Amro. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

Of, in normaal Nederlands: bedrijven lobbyen al tijden bij het ministerie voor afschaffing van de dividendbelasting, een absurd idee omdat het bakken met geld kost en vooral een cadeautje is voor buitenlandse aandeelhouders. Waarschijnlijk is het Wiebes die in de kantlijn nog eens onderstreept dat dit presentje hem toch maar liefst 1,6 miljard euro zou kosten (op de rekening van de Nederlandse belastingbetaler). **Corporate political relations**

### **Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

De afschaffing van de dividendbelasting is een schrijnend voorbeeld van wat een effectieve lobby teweeg kan brengen. Niemand heeft enig idee wat de effecten van de maatregel zijn: het CPB kan geen enkel bewijsvinden of het daadwerkelijk tot meer investeringen in Nederland zou leiden, hoogleraren zijn en masse tegen, onze minister-president komt niet verder dan zijn 'diepste vezels' en wijzen naar het Verenigd Koninkrijk, en de fractievoorzitter van de VVD noemt het zelfs een 'gok'. Jarenlang heeft VNO-NCW (samen met AmCham) angst gezaaid over multinationals die Nederland massaal de rug toe zouden keren als er niet snel maatregelen worden genomen om het belastingklimaat aantrekkelijker te maken. Dit terwijl onderzoek van nota bene VNO-NCW zelf al in 2009 uitwees dat het overgrote deel van de hoofdkantoren geen enkele plannen heeft om te vertrekken. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization. Moralization of the lobby-premise.**

[https://lobbywatch.nl/aws\\_career/wob-verzoek-somo-en-lobbywatch-legt-jarenlange-lobby-tegen-dividendbelasting-bloot/](https://lobbywatch.nl/aws_career/wob-verzoek-somo-en-lobbywatch-legt-jarenlange-lobby-tegen-dividendbelasting-bloot/). <https://www.somo.nl/nl/wob-verzoek-somo-legt-jarenlange-lobby-dividendbelasting-bloot/>. Published on 10-09-2018, retrieved on 19-06-2019.

### **Wob-verzoek SOMO legt jarenlange lobby tegen dividendbelasting bloot**

Vorig jaar in november publiceerden we op basis van Wob-documenten die wij in 2016 samen met Oxfam Novib boven tafel kregen dat o.a. VNO-NCW al meer dan tien jaar lobby't tegen de dividendbelasting. We deden onderzoek naar de agenda's van de betrokken bewindspersonen: met wie praten Rutte, Wiebes en Snel nu? En we lieten zien hoe de afschaffing van de dividendbelasting en de verlaging van de vennootschapsbelasting dankzij de jarenlange lobby van VNO-NCW en co. onder andere wisselgeldwaren voor de Europese aanpak van belastingontwijking. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic Moralization of the lobby-premise.**

We misten alleen nog wel veel cruciale informatie. Wat was de rol van Shell, Unilever, Philips en AkzoNobel? Hoe ver voert de lobby terug? Daarom diende SOMO in januari 2018 een nieuw Wob-verzoek in. We vroegen om alle documenten met betrekking tot gesprekken over de dividendbelasting tussen het Ministerie van Financiën en Shell, Unilever, Philips, AkzoNobel, VNO-NCW, AmCham, de NOB, etc., sinds 2004. In 2005 kondigde toenmalig staatssecretaris Joop Wijn namelijk al aan dat op termijn de dividendbelasting afgeschaft zou worden. Omdat we ook wilden weten hoe er intern bij Financiën over de dividendbelasting gesproken werd, en hoe er op deze lobby gereageerd werd, vroegen we ook alle interne memo's, notities, correspondentie, gespreksverslagen, etc. op over dezelfde periode. Over de Wob-stukken is al uitgebreid bericht door RTL, NOS en Trouw. Deze laten zien hoe lang Rutte al bezig is met de afschaffing, en hoe ook de VVD zelf en Shell en co. al jarenlang lobbyen tegen de dividendbelasting. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.somo.nl/nl/bedrijfsleven-loopt-deur-plat-rutte-iii/>. Published on 02-07-2018, retrieved on 19-06-2019.

### **Bedrijfsleven loopt deur plat bij Rutte III**

De gang van zaken rond de dividendbelasting laat één ding glashelder zien: met een goede lobby kan je een belasting van 1,4 miljard euro laten schrappen. SOMO onderzoekt daarom welke belangenorganisaties de verschillende bewindspersonen bezochten sinds Rutte III. Zoals verwacht is de balans ver te zoeken. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

De gang van zaken rond de afschaffing van de dividendbelasting laat zien hoe groot de invloed is van de lobby van het bedrijfsleven op het beleid van dit kabinet. Dit onderzoek toont aan dat het bedrijfsleven veel contact heeft met het kabinet, maar onzichtbaar blijft waarover gesproken wordt en waarom. Het wordt tijd dat dit kabinet echte openheid van zaken geeft over de invloed van lobby op haar beleid.” **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

SOMO onderzocht ook de agenda’s van de kabinetsleden Rutte, Wiebes, Hoekstra en Snel. Uit de agenda van Eric Wiebes, de minister van Economische Zaken en Klimaat, blijkt dat hij 38 lobbygesprekken voerde, maar slechts twee keer met milieuorganisaties sprak. Daarentegen sprak hij maar liefst 24 keer met bedrijven, brancheorganisaties en werkgeversverenigingen. Ook bij Rutte, Hoekstra en Snel weet het bedrijfsleven goed de weg te vinden. In de agenda’s wordt geen informatie gegeven over de onderwerpen van de gesprekken. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

<https://www.somo.nl/nl/landelijke-campagne-afschaffen-dividendbelasting/>. Published on 14-06-2018, retrieved on 19-06-2019.

#### **Landelijke campagne tegen afschaffen dividendbelasting**

ax Justice Nederland, een netwerk van maatschappelijke organisaties waar SOMO deel van uitmaakt, start vandaag met een campagne tegen het afschaffen van de dividendbelasting. Het kabinet is van plan om in september met het wetsvoorstel naar de Kamer te komen waarin de dividendbelasting wordt afgeschaft. De komende maanden wil het Nederlandse netwerk van maatschappelijke organisaties duidelijk maken dat de afschaffing van deze belasting ondoordacht is en er daarom van moet worden afgezien. Jasper van Teefelen – onderzoeker belastingen: “Het is volledig ondemocratisch als beslissingen met zo’n grote maatschappelijke impact in achterkamertjes met bedrijven worden genomen.” **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

[https://lobbywatch.nl/aws\\_career/onderzoek-lobbywatch-bedrijfsleven-loopt-deur-plat-bij-rutte-iii/https://www.ftm.nl/artikelen/dit-zijn-de-lobbys-die-het-vaakst-toegang-krijgen-tot-het-kabinet?share=1](https://lobbywatch.nl/aws_career/onderzoek-lobbywatch-bedrijfsleven-loopt-deur-plat-bij-rutte-iii/https://www.ftm.nl/artikelen/dit-zijn-de-lobbys-die-het-vaakst-toegang-krijgen-tot-het-kabinet?share=1). Published on 03-06-2018, retrieved on 19-06-2019.

#### **Bedrijfsleven loopt deur plat bij Rutte III: Dit zijn de lobby’s die het vaakst toegang krijgen tot het kabinet**

De veelbesproken dividendmemo’s maakten weer eens duidelijk hoe groot de invloed van lobbyisten kan zijn. Een belastingmaatregel van 1,4 miljard euro, die in geen enkel verkiezingsprogramma te vinden was, kwam na gesprekken met Unilever en Shell plotseling in het regeerakkoord terecht. Dat roept nogal wat vragen op. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Moralization of the lobby-premise.**

In de agenda van Rutte schitteren Unilever en Shell door afwezigheid Rutte sprak in totaal met elf bedrijven en belangenbehartigers uit het bedrijfsleven (twaalf als we Jan Peter Balkenende ook meerekenen, als extern adviseur bij belastingadvieskantoor Ernst & Young en lid van de raad van commissarissen bij ING Bank). Ter vergelijking: de vakbonden (CNV en FNV) sprak hij slechts 2 keer. De premier sprak ook met verschillende adviesorganisaties en wetenschappers gespecialiseerd in onderwerpen als de circulaire economie (Don Fullerton) en monetair beleid (prof. dr. Eijffinger). De grote afwezigen zijn Unilever en Shell. Nu vond het in de memo's genoemde gesprek tussen Rutte en Unilever-topman Paul Polman plaats in juni 2017, toen Rutte nog demissionair premier was onder het vorige kabinet, en daarom bestaat de mogelijkheid dat er sinds de formatie geen contact meer is geweest. Maar dat lijkt toch onwaarschijnlijk. De open plek toont in elk geval aan dat er duidelijke regels nodig zijn over welke gesprekken wel en niet moeten worden aangegeven, zodat voor iedereen duidelijk is waar de grenzen liggen. Hoe zit het bijvoorbeeld met telefonisch contact? **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

De afschaffing van de dividendbelasting heeft aangetoond dat dit kabinet bereid is een belastingmaatregel van 1,4 miljard euro te schrappen, grotendeels op basis van de lobby van individuele bedrijven en VNO-NCW, zonder gedegen en onafhankelijk onderzoek naar de mogelijke effecten. Dit roept de vraag op welk ander kabinetsbeleid op deze manier is ontstaan. Afgaande op de agenda's zijn er al mogelijkheden genoeg om wensen over te brengen; is zo'n 'ceo-groep' dan nog wel nodig? **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Dat brengt ons bij les twee. De openheid van dit kabinet over de agenda's van haar bewindspersonen is een toe te juichen stap in de goede richting. Maar dit is vooralsnog een schijntransparantie, omdat over de inhoud niets wordt vermeld, en er geen duidelijke regels zijn over wat wel en niet wordt opgenomen. Zo kwam de afspraak tussen Wiebes en Polman in januari alleen boven tafel dankzij een Wob-verzoek. Daarnaast worden alleen afspraken van de bewindspersonen zelf opgenomen, en niet de afspraken tussen lobbyisten en (hoge) ambtenaren, waar dat in Brussel wel gebeurt. Zoals de voorzitter van de agrarische lobby LTO zegt: 'Een goede lobby moet je eerst richten op de beleidsambtenaren.' Er kan dus nog veel gewonnen worden. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

[https://lobbywatch.nl/aws\\_career/de-aanhouder-wint-hoe-rutte-zwichtte-voor-de-jarenlange-lobby-van-het-bedrijfsleven/](https://lobbywatch.nl/aws_career/de-aanhouder-wint-hoe-rutte-zwichtte-voor-de-jarenlange-lobby-van-het-bedrijfsleven/). Published on 13-09-2018, retrieved on 19-06-2019.

### **De aanhouder wint: hoe Rutte zwichtte voor de jarenlange lobby van het bedrijfsleven**

Het Nederlandse fiscale beleid wordt al jarenlang grotendeels gedicteerd door de belangen van grote multinationals. Dat beeld werd bevestigd door interne documenten van Financiën over de contacten tussen het ministerie en het bedrijfsleven, die SOMO en Oxfam Novib in 2016 via een Wob-procedure hebben verkregen. De documenten bieden een kijkje in de keuken van Financiën. Lobbywatch schreef een artikel voor Follow the Money: Alle inspanningen leiden in 2017 eindelijk tot resultaat: het kabinet besluit de dividendbelasting af te schaffen en de vennootschapsbelasting te verlagen. Terwijl de maatregelen tegen belastingontwijking bedoeld zijn om multinationals hun fair share te laten betalen, krijgen ze nu alsnog een cadeautje ter waarde van ettelijke miljarden. **Corporate political relations**

**Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

[https://lobbywatch.nl/aws\\_career/lobbywatch-niet-opnemen-lobbygesprek-van-der-veer-in-agenda-minister-hoekstra-dubieus/](https://lobbywatch.nl/aws_career/lobbywatch-niet-opnemen-lobbygesprek-van-der-veer-in-agenda-minister-hoekstra-dubieus/). Published on 05-04-2018, retrieved on 19-06-2019.

**Lobbywatch: niet opnemen lobbygesprek Van der Veer in agenda minister Hoekstra dubieus**

Het niet opnemen van een lobbygesprek van ING President-Commissaris Van der Veer in de publieke agenda van minister Hoekstra is volgens Lobbywatch NL nalatig vanuit het oogpunt van lobbytransparantie en toont eens te meer aan dat duidelijke maar vooral ook strengere regels over de omgang met lobbyisten nodig zijn. Daarnaast is het voorstel van Van der Veer om een CEO-groep bestaande uit ministers en vertegenwoordigers van grote bedrijven in te stellen een volstrekt verkeerd signaal. De afgelopen maanden is vanwege de lobby voor de afschaffing van de dividendbelasting wederom duidelijk geworden dat bedrijfsbelangen nog steeds geprivilegieerde, en vaak onzichtbare toegang tot beleidsmakers hebben. Dat moet niet versterkt maar aangepakt worden. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.telegraaf.nl/nieuws/1872988/van-der-veer-ing-bepleitte-meer-toegang-tot-kabinetsleden>. Published on 04-04-2018, retrieved on 20-06-2019.

**Van der Veer (ING) bepleitte meer toegang tot kabinetsleden**

Bestuursvoorzitters van multinationals zouden een paar keer per jaar direct contact moeten hebben met leden van het kabinet. Daarvoor heeft president-commissaris Van der Veer van ING gepleit bij minister Hoekstra (Financiën).

In reactie op vragen van de SP schrijft de bewindsman woensdag aan de Tweede Kamer dat Van der Veer in februari op eigen titel langs kwam om een pleidooi te houden voor een zogenaamde CEO-groep, die op reguliere basis contact zou moeten hebben met bewindspersonen van het kabinet. Hij kreeg echter nul op het rekest. „Hier is geen gevolg aan gegeven”, aldus Hoekstra in een toelichting. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

De ontmoeting tussen Hoekstra en Van der Veer stond niet opgenomen in de publieke agenda van de minister, maar kwam aan het licht omdat hij zelf hiernaar verwees in het kader van de ophef over het voorgenomen beloningsbesluit van ING-topman Hamers. Hoekstra zou Van der Veer namelijk bij dezelfde ontmoeting erop gewezen hebben dat salarisverhogingen in de financiële sector zeer gevoelig liggen. Van der Veer antwoordde overigens onlangs op vragen van deze krant zich deze aanmaning niet te kunnen herinneren. Contacten tussen multinationals en de regering vormen doorgaans een penibel onderwerp. Zo verdenkt de oppositie het kabinet ervan dat de dividendbelasting wordt afgeschaft na een lobby van bedrijven als Unilever en Shell. Tot 2014 bestond nog wel het publiek-private lobbyplatform Holland Financial Centre, een samenwerkingsvorm tussen de overheid en de financiële sector. Maar daar trok de politiek zich uit terug om belangenverstrengeling te voorkomen. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- corporate**

<https://www.telegraaf.nl/financieel/1791886/verwennerij-van-unilever-levert-niks-op>.

Published on 15-03-2018, retrieved on 20-06-2019.

### 'Verwennerij van Unilever levert niks op'

De linkse oppositie reageert zuur op het besluit van Unilever om zijn hoofdkantoor in Rotterdam te vestigen, aangezien dat nauwelijks tot geen banen lijkt op te leveren. Dit terwijl het kabinet €1,4 miljard heeft uitgetrokken voor de afschaffing van de dividendbelasting om het vestigingsklimaat voor multinationals zoals Unilever en Shell te verbeteren, zo luidt de kritiek. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

„Unilever vestigt zich in Nederland maar het aantal extra banen is nul”, smaalt GroenLinks-voorman Klaver. “Ik noem dat chantagepolitiek van Unilever en prestigepolitiek van de premier. Het resultaat: Nederland is €1,4 miljard armer en er zijn geen extra banen.”

PvdA-leider Asscher wil nog wel zeggen dat het ‘prima nieuws’ is dat Unilever voor Rotterdam kiest. Maar hij voegt eraan toe: “Laten we nu – het was immers chantage – de 1400 miljoen dividendbelasting in Nederland investeren in plaats van cadeau te doen aan buitenlandse aandeelhouders.”

SP-Kamerlid Leijten reageert cynisch: „Gefeliciteerd minister-president, met Unilever! Het is goed dat je naar ze geluisterd hebt, het kost €1,4 miljard, maar dan hou je een hoofdkantoor. Hoeveel banen komen erbij? Geen? Wat geeft het, joh!” **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

<https://www.telegraaf.nl/nieuws/1155478/kwestie-dividendbelasting-kost-kabinet-krediet>.

Published on 12-11-2017, retrieved on 20-06-2019.

### Kwestie dividendbelasting kost kabinet krediet

Twee derde van de ondervraagden vindt dat het onderwerp de positie van de regering verzwakt. Nog maar 32 procent denkt dat het kabinet de rit zal uitzitten. Twee weken geleden was dat 38 procent. Een meerderheid van 57 procent van alle kiezers vindt dat het kabinet het plan om de dividendbelasting af te schaffen, moet intrekken. Onder VVD-kiezers is dat maar 28 procent, maar bij alle andere partijen - ook die van de coalitiepartners - ligt die score een stuk hoger. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Democratic Narrativization.**

<https://www.telegraaf.nl/watuzegt/1153347/dividendbelasting>. Published on 11-11-2017, retrieved on 20-06-2019.

## **Dividendbelasting**

Deze week is uitgelekt, heeft Unilever, en mogelijk ook AkzoNobel, Philips en Shell, gedreigd uit Nederland te vertrekken als hier de dividendbelasting niet wordt afgeschaft. Dat zou verklaren waarom Rutte ‘tot in zijn vezels’ achter een beleidsmaatregel staat die in geen verkiezingsprogramma, ook niet van zijn eigen VVD, te vinden is. De premier als boodschappenjongen van onze multinationals. Als de berichten allemaal kloppen, is het uiterst kwalijk dat deze multinationals, met een Nederlandse geschiedenis die tot ver voor de oorlog teruggaat, menen dat ze de regering hier met vertrek moeten dreigen. Het doet denken aan het optreden van de vroegere baas van ING, Tilmant, die voor de crisis van 2008 ook dreigde zijn hoofdkwartier uit Nederland weg te halen als hij zijn zin niet kreeg. Een jaar later moest ING door de Staat der Nederlanden worden gered en werd Tilmant via de zijdeur afgevoerd. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic.**

### **Discursive antagonism- Corporate**

Terwijl de ene na de andere multinational overweegt om vanwege Brexit uit Londen te vertrekken en naar het Europese vasteland te verhuizen, presteert Unilever het om met het omgekeerde te dreigen. Hun argumentatie is ook niet duidelijk. Het investeringsklimaat verandert echt niet met een bronbelasting van 0%. Bedrijven betalen geen dividendbelasting – beleggers doen dat. Een Amerikaan die in Nederlandse aandelen belegt, kan de ingehouden belasting van zijn Amerikaanse aangifte aftrekken. Als hij geen Nederlandse dividendbelasting meer heeft om af te trekken is, gaat zijn belastbaar inkomen in de VS omhoog. De Amerikaanse fiscus profiteert en in feite wordt er geld overgeheveld van de Nederlandse naar de Amerikaanse overheid. Over €100 miljoen voor de zorg wordt moeilijk gedaan, maar als Unilever piept, geven we even €1,4 miljard weg. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- Corporate**

<https://www.telegraaf.nl/nieuws/2644703/premier-rutte-staat-voor-joker>. Published on 06-10-2018, retrieved on 20-06-2019.

## **Premier Rutte staat voor joker**

Duidelijk is evenwel dat de premier voor joker staat. Vriend en vijand raakten niet overtuigd van de noodzaak de dividendbelasting af te schaffen, waar overigens buitenlandse aandeelhouders de vruchten van plukken. De oppositie viert al maanden feest met de omstreden maatregel, door te roepen dat gewone Nederlanders geld wordt onthouden en het kabinet vooral de grote bedrijven spekt. Ook dat is een verkrachting van de werkelijkheid, maar het beeld beklijft meer dan de argumentatie van Rutte. Zeker omdat er rookgordijnen zijn opgetrokken over het hoe en waarom van de maatregel in het regeerakkoord. De mysterieuze memo's die er eerst niet zouden zijn en toen wel, hielpen ook al niet. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism-political**

<https://www.telegraaf.nl/nieuws/2640512/analyse-bittere-nederlaag-rutte>. Published on 05-10-2018, retrieved on 20-06-2019.

### **Analyse: Bittere nederlaag Rutte**

Het was een rampscenario dat men in de zomer al vreesde in de VVD. Wat als Unilever de belofde verhuizing van het hoofdkantoor naar Rotterdam zou schrappen? Dan stond premier Mark Rutte toch wel voor joker, klonk het in de VVD-vleugel in het Tweede Kamergebouw. Unilever was evenwel het symbool van het coalitie-voornemen: Rutte werkte voor hij aan zijn politieke carrière begon als personeelsmanager van dochterbedrijf Calvé. Uitstel of afstel; het is nauwelijks nog relevant. Van de wankele onderbouwing van het afschaffen van de dividendbelasting is het laatste argument nu gesneuveld. Glunderden Rutte en zijn VVD eerder dit jaar nog bij de aankondiging dat het hoofdkantoor van Unilever naar Rotterdam zou komen, nu staan de zaken er volstrekt anders voor. Het betekent een bittere nederlaag voor de minister-president, die na de wispelturigheid van Unilever nog maar één ding te doen staat: afzien van een maatregel die behalve zichzelf vrijwel niemand een goed idee vindt. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

<https://www.telegraaf.nl/nieuws/2560339/sp-leider-marijnissen-rutte-is-moreel-corrupt>.  
Published on 15-09-2018, retrieved on 20-06-2019.

### **SP-leider Marijnissen: Rutte is moreel corrupt**

Premier Mark Rutte is „moreel corrupt”, zo vindt SP-leider Lilian Marijnissen. De minister-president komt niet op voor alle Nederlanders, maar voor „enkele rijke vrienden.” Volgens Marijnissen blijkt dat uit Ruttés vastbeslotenheid om de dividendbelasting af te schaffen. Marijnissen zette de harde persoonlijke aanval in op een manifestatie van haar partij in Rotterdam aan de vooravond van Prinsjesdag. Ze hamert erop dat het kabinetsbeleid oneerlijk uitpakt en dat het tijd is voor „moraal” en „rechtvaardigheid.” Het vertrouwen van de samenleving in de politiek en de democratie staat op het spel, waarschuwt de SP-leider. Daarom wil ze onder meer dat Tweede Kamerleden voortaan moeten opgeven wat voor aandelen ze bezitten, zodat duidelijk is welke belangen ze hebben. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Discursive antagonism- political**

### **Phase III:**

<https://nos.nl/artikel/2262306-openbaarmaking-stukken-kabinetsformatie-kan-anders.html>.  
Published on 06-12-2018, retrieved on 12-06-2019.

#### **'Openbaarmaking stukken kabinetsformatie kan anders'**

De werkwijze rond de openbaarmaking van stukken na een kabinetsformatie moet worden aangepast. Dat is een van de aanbevelingen van een commissie die de formatie van vorig jaar heeft bestudeerd. De commissie onder leiding van de Nijmeegse hoogleraar Bovend'Eert onderzocht in opdracht van de Tweede Kamer de procedure bij de totstandkoming van het derde kabinet Rutte. **legalistic transparency, Legalistic system change. Nationalisme Inverse legalistic authorizations.**

Als een van de aandachtspunten noemen de onderzoekers de vraag welke stukken na de totstandkoming van het kabinet al dan niet geheim moeten blijven. Die kwestie speelde nadrukkelijk bij de discussie over de afschaffing van de dividendbelasting en er waren conflicten over of iets nu een intern memo was of een stuk dat aan de Tweede Kamer moest worden gegeven. **legalistic transparency, Legalistic system change. Nationalisme Inverse legalistic authorizations.**

De tot nu toe gevolgde lijn is dat stukken die via de informateur bij ministeries worden opgevraagd openbaar worden. En als politici op een andere manier papieren vragen bij ministeries, blijven die in principe geheim. **legalistic transparency, Legalistic system change. Nationalisme Inverse legalistic authorizations.**

De commissie stelt nu voor voortaan per stuk een 'openbaarheidstoets' uit te voeren. **Legalistic transparency. Legalistic system change. Nationalistic. Legalistic legitimation attempts based on Legalistic Authorisation.**

[https://fd.nl/economie-politiek/1304799/coalitie-verwerkt-trauma-dividendbelasting-met-eensgezinde-jacht-op-multinationals?\\_ga=2.143347056.490908317.1560710615-1290874624.1560710615](https://fd.nl/economie-politiek/1304799/coalitie-verwerkt-trauma-dividendbelasting-met-eensgezinde-jacht-op-multinationals?_ga=2.143347056.490908317.1560710615-1290874624.1560710615). Published on 13-06-2019, retrieved on 16-06-2019.

#### **Coalitie verwerkt trauma dividendbelasting met eensgezinde jacht op multinationals**

Zelfs voor de VVD is het mooi geweest. De ondankbare verheerlijking van de rol van grote bedrijven en hun hoofdkantoren voor de Nederlandse economie door Mark Rutte is ingeruild voor een nieuw parool: mensen boven multinationals. Het was in de hele discussie over de afschaffing van de dividendbelasting al de leuze van de oppositie. Nu wordt dat door de coalitie overgenomen als: iedereen moet zijn steentje bijdragen aan de collectieve voorzieningen in Nederland. Ook Shell, Philips, AkzoNobel en Unilever. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Het voelt niet goed als mensen onvoldoende voelen dat het beter gaat, terwijl grote bedrijven geen winstbelasting betalen', zei VVD-Kamerlid Helma Lodders donderdag in een debat over de 'belastingplicht van multinationals'. Voor de coalitie was daarmee de maat vol. 'We zijn doorgeslagen', zei CDA'er Pieter Omtzigt over de inspanningen om multinationals te gerieven. Over bijna alles wordt volgens hem in Nederland belasting geheven, maar multinationals kunnen de dans ontspringen. 'Wordt Nederland beter met een eenzijdige focus op multinationals? De CDA-fractie neigt naar een genuanceerd negatief antwoord', aldus Omtzigt. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

[https://beta.trouw.nl/nieuws/den-haag-is-verdeeld-over-openbaarheid-kabinetsformatie~b44e0a00/?utm\\_source=link&utm\\_medium=app&utm\\_campaign=shared%20content&utm\\_content=free](https://beta.trouw.nl/nieuws/den-haag-is-verdeeld-over-openbaarheid-kabinetsformatie~b44e0a00/?utm_source=link&utm_medium=app&utm_campaign=shared%20content&utm_content=free). Published on 06-12-2018, retrieved on 12-06-2019.

### Den Haag is verdeeld over openbaarheid kabinetsformatie

Welke notities en memo's die op de formatietafel belanden, mogen openbaar worden? Partijleiders die onderhandelden over de vorming van Rutte III, botsen hierover. **Legalistic transparency. Legalistic system change. Nationalistic. Inverse legalistic authorizations.**

**Dividendbelasting** Toen uit het regeerakkoord bleek dat het kabinet voornemens was de dividendbelasting af te schaffen, wilde de oppositie weten op welke informatie die maatregel was gebaseerd. In het formatiedossier zaten geen berekeningen, scenario's of adviezen over dit onderwerp. Premier Rutte betoogde dat hij zich niet kon herinneren dat er over dividendbelasting stukken op tafel hebben gelegen. Hij voelde 'in al zijn vezels' dat het een verstandige maatregel was. Zes maanden later onthulde *Trouw* dat er wel degelijk memo's waren. De politiek is zeer verdeeld over de vraag welke documenten na een kabinetsformatie openbaar moeten worden. Wat premier Mark Rutte betreft blijft alles binnenskamers. GroenLinks-leider Jesse Klaver meent juist dat alle stukken die passeren naar buiten kunnen. Zij zeggen dit in interviews bij de evaluatie van de formatie van het huidige kabinet Rutte III. **Legalistic transparency. Legalistic system change. Nationalistic. Inverse legalistic authorizations.**

<https://beta.trouw.nl/opinie/deze-coalitie-is-geen-pinpas-voor-welk-bedrijf-dan-ook~b863a665/>. Published on 17-10-2018, retrieved on 12-06-2019.

### Deze coalitie is geen pinpas voor welk bedrijf dan ook

Aan simplistische beweringen geen gebrek. De gewone man zou weer de dupe zijn. De overheid zou voor bedrijven fungeren als een soort pinpas. En uiteindelijk gaat het niet om een vraag over belastingen, maar om de vraag wie er nu eigenlijk de baas is in Nederland. **Legalistic transparency. Legalistic system change. Nationalistic. Democratic narrativizations.**

Daarmee is deze coalitie nog geen pinpas voor welk bedrijf dan ook en het is ook geen sluitend bewijs dat de macht in Nederland bij de directies en raden van bestuur ligt. De

alternatieve bestemmingen die het kabinet voorstelt, bevatten wel degelijk beleidsopvattingen. **Legalistic transparency. Legalistic system change. Nationalistic. Democratic narrativizations.**

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/de-premier-had-het-helemaal-niet-voor-haar-gedaan-zo-bleek-maar-alleen-voor-paul-polman-en-unilever~b5ee6ae3/>. Published on 17-03-2019, retrieved on 14-06-2019.

### **De premier had het helemaal niet voor haar gedaan, zo bleek, maar alleen voor Paul Polman en Unilever**

Duizelig zat het Vestigingsklimaat thuis op de bank. Beteuterd en een beetje boos. Zo voelde het dus, afgedankt zijn. Leeg en naar. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Democratic narrativization.**

Jarenlang was ze op handen gedragen, hadden ze voor haar gerend en gedraafd, dingen gedaan uit haar naam. Als je haar naam terugzocht in de verslagen van debatten in de Tweede Kamer in de achterliggende jaren, werd ze duizenden malen genoemd. En altijd respectvol, je kon de eerbiedige trillertjes in de stemmen van ministers en van volksvertegenwoordigers horen wanneer ze reppen van ‘een aantrekkelijk Vestigingsklimaat’ en van beslissingen die van het allergrootste belang waren, want ‘goed voor het Vestigingsklimaat’. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Democratic narrativization.**

Later pas kwam de deceptie. Hij had het helemaal niet voor haar gedaan, zo bleek, maar alleen voor Paul Polman en Unilever. Met haar had het niet zoveel te maken gehad, zeg maar gerust: niets. De pijn van het verraad was gruwelijk, ze werd gek van verdriet. De bakken kritiek die ze over zich uitgestort had gekregen vanwege hun verhouding: het was voor niets geweest. Vervolgens werd ook nog het hele plannetje teruggedraaid – dat vond ze een vorm van gerechtigheid. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Democratic narrativization.**

<https://www.ftm.nl/artikelen/de-stille-kracht-van-lobby-organisaties?share=1>. Published on 24-11-2018, retrieved on 12-06-2019.

## Typisch Nederlands: de stille kracht van lobby-organisaties

Stille politiek: invloed door onopvallendheid

Het fenomeen van schimmige overlegorganen is niet bepaald nieuw. Al in 1922 hekelde Kamerlid Pieter Jelles Troelstra de adviserende colleges die ‘op hoogst willekeurige wijze door de Regeering zijn ingesteld, over de instelling, over de werkwijze, de bevoegdheid waarvan wij nimmer zijn gehoord’. Ze vormden ‘een soort van voorparlement’ waarin sociale kwesties worden ‘bedisseld’ waarna ‘het Parlement vrijwel voor een fait accompli staat,’ meende Troelstra. Pepper D. Culpepper, hoogleraar politiek en openbaar bestuur te Oxford, heeft onder meer in Nederland onderzoek gedaan naar deze ‘stille politiek’ (*quiet politics*). Volgens hem gaat dat verder dan lobbyisten en politici die in achterkamertjes de politiek bedisselen. Culpeppers stelling: hoe onopvallender de beleidskwestie, hoe groter de politieke invloed van bedrijfslobbyisten. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Democratic narrativization.**

Dat is een doodnormaal onderdeel van Nederland, aldus Culpepper. Gezien de grote invloed van ‘informele werkgroepen, waarin bedrijfsdirecteurs een belangrijke stem hebben en de stem van vakbonden ontbreekt,’ trekt hij het beeld van Nederland als polderland in twijfel. We zijn eerder een mistig klankbordland. Het is voor het ministerie van Economische Zaken zelfs onmogelijk een ‘uitputtend overzicht’ te geven van alle informele overleggraden waarmee EZ regelmatig overlegt, omdat het er ‘heel veel’ zijn, meldde hun perswoordvoerder begin dit jaar telefonisch. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

Meer transparantie in de voorfase voorkomt fouten in beleid waarvan het herstel nadien ‘altijd meer tijd en energie’ kost, stelt de ROB. ‘In Finland en Slovenië is transparantie in de voorfase heel gewoon,’ meldt hun adviesbrief. De ROB kreeg geen reactie van de overheid, laat zijn woordvoerder weten. En of raden nu geïnstitutionaliseerd zijn of niet; overheden en overheidsbestuurders zijn altijd ‘verantwoording schuldig over wat ze daar doen, en hoe ze functioneren richting de gekozen volksvertegenwoordigers,’ laat ROB-voorzitter Han Polman telefonisch weten. Maar er gloort een piepklein lichtje in de mist, een voorzichtige vorm van transparantie. De DTIB wordt opgevolgd door het Internationaal Strategisch Overleg (ISO NL), en onlangs maakte minister Kaag in een Kamerbrief de acht bestuurders ervan bekend. Nu hun notulen nog. En die van al die andere raden. **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/als-het-grootbedrijf-belde-boog-het-kabinet-als-een-knipmes-maar-die-lijn-is-nu-even-verbroken~b8f6510a/>. Published on 15-03-2019, retrieved on 12-06-2019.

**LOBBY OP HET BINNENHOF: Als het grootbedrijf belde, boog het kabinet als een knipmes, maar die lijn is nu even verbroken**

Deze week nam de boodschappenjongen op het Binnenhof niet op, toen de werkgevers belden. In de Malietoren, het hoofdkwartier van VNO-NCW, moesten ze woensdag drie keer slikken bij de Kamerbrief van minister Wiebes van Economische Zaken. Daarin staat dat het kabinet 1) tóch een CO<sub>2</sub>-heffing voor de industrie invoert 2) de energiebelasting voor het bedrijfsleven verhoogt en 3) minder subsidie beschikbaar stelt voor ondergrondse CO<sub>2</sub>-opslag. Het gebeurt zelden dat de werkgeverslobby het deksel op de neus krijgt **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

De poging de dividendbelasting af te schaffen heeft nog meer kwaad bloed gezet. Dat die maatregel in het regeerakkoord belandde, legt pijnlijk bloot hoe machtig multinationals zijn. Tijdens de formatie van het kabinet-Rutte III toetsten bestuurders van Shell en Unilever de 06-nummers van de VVD-top in en het was geregeld. Het 2 miljard euro kostende plan werd als voldongen feit aan de Tweede Kamer opgedrongen. Dat het niet doorging, kwam alleen doordat Unilever-topman Paul Polman zijn kant van de deal niet nakwam. Die arrogante houding gaat steeds meer Nederlanders irriteren. De perceptie is: multinationals dreigen met het schrappen van banen en het kabinet buigt als een knipmes. Als VNO-NCW een imago van arrogantie krijgt, kun je de club opheffen. Wij kunnen alleen meedoen als we aardig worden gevonden. 'Op het klimaatdossier hebben de werkgevers hun hand overspeeld. **Corporate political relations Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

<https://www.groene.nl/artikel/lawaai-in-lobbyland> . Published on 06-02-2019, retrieved on 16-06-2019.

### **Lawaai in lobbyland**

'Brussel' is in de ogen van velen een onbereikbaar en onbegrijpelijk Europees bolwerk, waar lobbyisten vrij spel hebben. Door de opkomst van populistische partijen is de Europese Unie zich pijnlijk bewust van dit beeld, maar het lukt slechts mondjesmaat de luiken open te gooien. **Corporate political relations, Corporate transparency. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

Ook hier dreigen de lobbykrachten het vertrouwen van burgers in het openbaar bestuur te ondermijnen. Nu al is de Europese Unie in de ogen van velen een speelbal van multinationals, waarbij eurocraten voor liberale karretjes worden gespannen om handelsverdragen te sluiten en beleidsvoornemens te produceren waar niemand beter van wordt behalve het grootbedrijf. De stem van de burger, zo ervaren mensen, doet er niet meer toe. Het is een sentiment dat populistische partijen razendsnel hebben opgepikt, om het te verpakken in hun eigen eurosceptische verhaal. **Corporate political relations, Corporate transparency. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

'De EU is een zieke, corrupte, ondemocratische institutie', roept PVV-leider Geert Wilders bijvoorbeeld graag. En Forum voor Democratie-leider Thierry Baudet heeft reeds aangekondigd dat zijn partij zal proberen in het Europees Parlement te komen om vanuit daar te laten zien 'hoe corrupt het systeem is', alvorens het 'van binnenuit op te blazen'. **Corporate political relations, Corporate transparency. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

Na de vorige Europese verkiezingen presenteerde de politica daarom een 'stappenplan naar

transparantie', waarin ze pleitte voor een radicale cultuurverandering in Europa. Een waarin 'Brussel' open is over wat er gebeurt, zodat daarover verantwoording kan worden afgelegd naar de burger. Maar vier jaar later zegt In 't Veld ronduit teleurgesteld te zijn over de resultaten. Zo vertelt ze verontwaardigd hoe via de rechter eindelijk voor elkaar was gekregen dat de Raad voortaan verslagen van bijeenkomsten openbaar moest maken, maar dat er vervolgens prompt bepaalde informatie niet meer werd genotuleerd. 'Voor je weer bedongen hebt dat die informatie wél opgenomen wordt, ben je zo vijf à zes jaar verder', fulmineert ze. 'Je moet maniakaal zijn om zo lang door te procederen. De Raad is echt de grote *black box*.' **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Rationalization by referral to a new lobby-premise.**

<https://www.telegraaf.nl/nieuws/2941762/de-achterkamertjespolitiek-is-totaal-doorgeschoten>.  
Published on 20-12-2018, retrieved on 20-06-2019.

### 'De achterkamertjespolitiek is totaal doorgeschoten'

Net als anderen maken zij zich zorgen over het grote aantal mensen dat zich vervreemd voelt van degenen die het voor het zeggen hebben. Burgers zijn nummers geworden. „Een hele generatie is opgevoed met het idee dat de overheid een bedrijf is en dat marktwerking goed is in de publieke dienstverlening”, mopperde Tjeenk Willink, oud-vicepresident van de Raad van State, bij de recente presentatie van zijn boek *Groter denken, kleiner doen*. „Die weg loopt dood.” **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Democratic narrativization.**

Willeke Slingerland (39), lector overheid, markt en samenleving aan de hogeschool Saxion, deelt die analyse. Zij maakt zich eveneens zorgen. „Er moet een heel ander systeem komen”, zegt Slingerland, die dit jaar promoveerde op onderzoek naar corruptie. „De Gele Hesjes en al eerder de Fortuyn-revolte laten zien dat onze 'lobbycratie' – waarin beleid in achterkamertjes en via netwerken wordt bepaald – geen draagvlak meer heeft.” **(un)balance between corporate and citizen interest. Nationalism, (Global) Capitalism. Humanistic. Democratic narrativization.**

De recente soap rond het (niet) afschaffen van de dividendbelasting is een mooie illustratie bij Slingerlands onderzoek naar 'netwerkcorruptie' – een term die zij muntte. Unilever-topman Paul Polman dacht via zijn persoonlijke connectie met premier Rutte een cadeautje voor buitenlandse aandeelhouders binnen te halen. Dat voornemen bleek haaks te staan op de tijdgeest en leidde tot grote verontwaardiging. **Corporate political relations, Corporate transparency. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

*Is dit een voorbeeld van die kloof tussen 'het volk' en 'de elite', die geen voeling meer zou hebben met wat er speelt in de samenleving?* Slingerland: „Het is een voorbeeld van wat 'handel in invloed' wordt genoemd. In Nederland, maar ook elders, zie je hoe topmensen van bedrijven, bestuurders, politici en voorzitters van adviesraden tegen elkaar aanschurken. Het gaat om een netwerk van zo'n tweehonderd personen, met alle vertakkingen erbij ongeveer zeshonderd én nog internationaal. Die leveren elkaar bewust en onbewust gunsten. In dit geval betrof het een ruil, waarmee het algemeen belang niet was gediend. Toen de gunst werd ingetrokken – het hoofdkantoor van Unilever kwam tóch niet naar Nederland – verviel ook de tegengunst: het afschaffen van de dividendbelasting.” **Corporate political relations, Corporate transparency. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

„Je hebt massa nodig, steeds meer mensen op invloedrijke posities moeten zich gaan

realiseren dat zij deel uitmaken van een gesloten circuit. Maar als jij in Leiden hebt gestudeerd, je bent lid van studentenvereniging Minerva en je komt je vrienden van het corps later weer tegen in een netwerk, dan is het heel moeilijk om bij een misstand uit die groep te treden en aan de bel te trekken. Ook een kritisch Tweede Kamerlid wordt binnen diens partijnetwerk al snel gezien als een luis in de pels in plaats van als een nuttige criticus. En toch zie ik verandering: steeds vaker wordt die cultuur als verziekt en zorgelijk getypeerd. De elite moet zich hier, in navolging van Remkes en Tjeenk Willink, verantwoordelijk voor voelen.” **Corporate political relations, Corporate transparancy. Capitalism. Neoliberalism. Nationalistic. Political narrativization.**

<https://www.groene.nl/artikel/lawaai-in-lobbyland> . Published on 06-02-2019, retrieved on 16-06-2019.

### **Lawaai in lobbyland**

*‘Drain the swamp!’* Tijdens de laatste weken voor de presidentsverkiezingen in 2016 gooide Trump deze moeraskreet in de strijd, als onderdeel van zijn brede campagne vóór de gewone Amerikaanse man en vooral tégen de ‘corrupte elite’ in Washington. Die zou namelijk onder de plak zitten van allerlei duistere financiers met dubieuze bedoelingen. Het is een sentiment dat breed leeft onder de Amerikaanse bevolking. Voor juichende menigten in Virginia, Wisconsin en Pennsylvania beloofde de Republikeinse presidentskandidaat daarom lobby-invloeden aan banden te leggen. Hij won. Trump had het publieke wantrouwen jegens de lobbyhoofdstad van de wereld omgezet in een onwaarschijnlijke triomftocht. ‘Brussel’ is in de ogen van velen een onbereikbaar en onbegrijpelijk Europees bolwerk, waar lobbyisten vrij spel hebben. Door de opkomst van populistische partijen is de Europese Unie zich pijnlijk bewust van dit beeld, maar het lukt slechts mondjesmaat de luiken open te gooien. **Nationalism, Neoliberalism. Political narrativization.**

## Appendix C: Research integrity form

### Research Integrity Form - Master Thesis

Name: Jelte Pieksma	Student number: 4205111
RU e-mail address: Jelte.Pieksma@student.ru.nl/jeltepieksma@hotmail.com	Master specialisation: Strategic Management

Thesis title: Legitimacy Struggles over Corporate Lobbyism: The discursive (de)legitimation of contested Corporate Political Activities and the alignment of political non-market strategies with the Corporate Political Responsibilities of MNCs.

Brief description of the study: Despite the central role of legitimacy in management research, little is known about the subtle meaning-making processes through which political non-market strategies, such as corporate political activities (CPA), are legitimated in contemporary society. For that reason, this study adopts a discursive perspective and introduces CPA to the legitimacy-as-process stream. I also advocate that the political-ethical alignment between political non-market strategies and CSR can be restored by incorporating the results of a *corporate political responsibility-movement* (CPR) into the widespread CSR practice. Therefore, this study adds to our understanding of the discursive (de)legitimation of corporate lobbyism in particular and contributes to the research on discursive legitimation, CSR, and CPR more generally.

It is my responsibility to follow the university's code of academic integrity and any relevant academic or professional guidelines in the conduct of my study. This includes:

- providing original work or proper use of references;
- providing appropriate information to all involved in my study;
- requesting informed consent from participants;
- transparency in the way data is processed and represented;
- ensuring confidentiality in the storage and use of data;

If there is any significant change in the question, design or conduct over the course of the research, I will complete another Research Integrity Form. Breaches of the code of conduct with respect to academic integrity (as described / referred to in the thesis handbook) should and will be forwarded to the examination board. Acting contrary to the code of conduct can result in declaring the thesis invalid

**Student's Signature:** \_\_\_\_\_ **Date:** \_\_\_\_\_

#### To be signed by supervisor

I have instructed the student about ethical issues related to their specific study. I hereby declare that I will challenge him / her on ethical aspects through their investigation and to act on any violations that I may encounter.

**Supervisor's Signature:** \_\_\_\_\_ **Date:** \_\_\_\_\_

## **Appendix D: Consent form**

### **Consent Form for submitting a thesis in the Radboud Thesis Repository**

Radboud University Nijmegen (hereafter Radboud University) has set up a thesis repository. The purpose of this repository is twofold:

1. To archive theses for a minimum period of seven years, in accordance with legal requirements (Wet versterking kwaliteitswaarborgen hoger onderwijs, Art. 7.3, lid 5).
2. Wherever possible and allowed, make theses available to potential users inside and outside Radboud University.

This supports the process of creation, acquisition and sharing of knowledge in the educational setting. The repository serves as an archive in which all theses will be included. This consent form serves to also enable the publication of those theses. By submission and publication in the theses repository copyright is not transferred. Therefore, students can at any time revoke their consent for publication.

#### **Rights and obligations of the student**

If the student grants permission to Radboud University to make his/her thesis available within the thesis repository to users inside and outside Radboud University, the student states that:

- users are allowed to use the thesis private study and/or educational and research purposes, in accordance with the provisions of the Copyright Act (Auteurswet), with full mention of the name of the student and the location of the thesis.
- neither the organization offering internship nor the client of the thesis has any objections against making the thesis publicly available in the thesis repository.
- the student has obtained permission from the copyright holder of any material used in the thesis to incorporate this material as part of the thesis in the theses repository and make it available to others inside and outside Radboud University.
- the student grants Radboud University the right to make the thesis available in the thesis repository for a minimum period of seven years, barring earlier withdrawal by the student. Permission to make the thesis available to third parties will take effect on the date indicated on this form.
- The student grants Radboud University the right to change the accessibility of the thesis and limit it if compelling reasons exist.

#### **Rights and obligations of Radboud University**

- The student's non-exclusive license grants Radboud University the right to make the thesis available to users inside and outside Radboud University.
- Radboud University is allowed to include the thesis, in accordance with legal requirements, in the theses repository for a minimum period of seven years.
- Radboud University can make the thesis freely accessible for users of the theses repository inside and outside Radboud University and allow them to use the thesis for private study and/or educational and research purposes, in accordance with the provisions of the Copyright Act (Auteurswet), with full mention of the name of the student and the location of the thesis.

- Radboud University will ensure that the author of the thesis is listed and make clear that if the thesis is used, the origin must be clearly stated.
- Radboud University will make clear that for any commercial use of the thesis the student's explicit consent is required. In relevant cases, explicit consent of the organization offering internship or the client of the thesis is required as well.
- Radboud University has the right to change the accessibility of the thesis and limit it if compelling reasons exist.

**Rights and duties of the user**

As a consequence of this consent form a user of the theses repository may use the thesis for private study and/or educational and research purposes, in accordance with the provisions of the Copyright Act (Auteurswet), with full mention of the name of the student and the location of the thesis.

Student number :

Student name :

Thesis title :

Yes, I grant permission to make available my thesis with the above title in the Radboud Thesis Repository.

No, I do not grant permission to make available my thesis with the above title in the Radboud Thesis Repository (in consultation with your , reason.....

Signature:

Date:

.....

.....

## Appendix E: Assessment Form for Master Thesis

Name of student: Jelte Pieksma

Student ID: s4205111      Date of defense .....

CRITERIA	ASSESSMENT (circle your choice)	NOTES
<b>1. Problem formulation</b>	I – S – G – VG	
<b>2. Theoretical background</b>	I – S – G – VG	
<b>3. Methodology (including research ethics)</b>	I – S – G – VG	
<b>4. Analyses</b>	I – S – G – VG	
<b>5. Discussion and conclusions</b>	I – S – G – VG	
<b>6. Practical implications, reflection, and recommendations</b>	I – S – G – VG	
<b>7. Style and structure</b>	I – S – G – VG	
<b>8. Consistency</b>	I – S – G – VG	
<b>9. Process</b>	I – S – G – VG	
<b>10. Defense</b>	I – S – G – VG	

<b>Student handed in a signed Research Integrity Form.</b>	Yes / No
<b>The thesis is checked for plagiarism or fraud</b>	Yes / No

**Motivation for final grade**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Name of supervisor:

Tentative grade:

Name 2<sup>nd</sup> examiner:

Tentative grade:

**I = insufficient; S = sufficient; G = good; VG = very good**

**final grade**

**Calculating the final grade**

The supervisor and the second examiner assess the thesis (including the defense and process ) on the eleven criteria and based on this set of criteria they will each subsequently arrive at a tentative grade. They assess the master thesis trajectory in the form of a mark on a scale ranging from 0 (the lowest possible score) to 10 (the highest possible score), where only half and whole marks will be given. However, the mark of 5.5 will not be given. When rounding off a mark between 5 and 6, a mark below 5.5 is rounded off to 5 which means that the master thesis trajectory has not been passed. A mark of 5.5 and above is rounded off upwards to a six (6), which means that the master thesis trajectory has been passed. The master thesis trajectory has been passed if the thesis scores no insufficient on the first eight criteria: 1. problem formulation, 2. theoretical background, 3. methodology, 4. analyses, 5. discussion and conclusions, 6. practical implications, reflection and recommendations, 7. style and structure, 8. consistency. The examiners use the following guidelines for assessing the Thesis including master thesis trajectory:

- 5 or lower if the thesis scores *insufficient* on at least one of the first eight criteria;
- 6 if the thesis scores *sufficient* on all first eight criteria;
- 7 if the thesis scores *good* on at least three of the first eight criteria, while *sufficient* on the remaining ones;
- 8 if the thesis scores *good* on all first eight criteria (or every *sufficient* is compensated by a *very good on these criteria*)
- 9 if the thesis scores *very good* on at least two of the first eight criteria and *good* on the remaining criteria
- 10 if the thesis scores *very good* on all ten criteria.

### **Description of the criteria**

- 1 The student has formulated a clear research problem that fits within the field of business administration, which requires a sufficient academic level.
- 2 The student has presented the problem in a theoretically relevant perspective(s) and knows how to develop a useful theoretical framework, model, or derived hypotheses or propositions in order to research their problem statement. This is evidenced by a critical and in-depth review of theories and models that are:
  - relevant for the problem at hand;
  - state of the art.
- 3 The student has chosen and reported an appropriate methodology for studying the problem, preferably using an empirical approach, which is reflected in
  - a clear description of the method (in terms of sources used, sample, data, population, respondents selected, techniques used, research ethics, et cetera)
  - Research ethics includes the conduct of the researcher in the field, the treatment of participants during the research, transparency of research goals and freedom to withdrawn from the research at any time, ways to guarantee confidentiality and anonymity, adequate ways of informing all participants about the results, and possible implications of how the findings may be applied in the organisation or the population, society etc.
  - correct usage of the methods and techniques.
- 4 The student is capable of analyzing the problem critically using relevant theories, models and methods.
- 5 The student is capable to discuss the findings based on the literature and to draw correct, complete, and unequivocal conclusions as an answer to the research question.
- 6 The student is capable of pointing out practical implications and theoretical recommendations that are based on the analysis and discussion, comprehensible, detailed, relevant, and realistic. The student has reflected critically on the results and limitations of the research, as well as their own role as a researcher.
- 7 The student has reported the research properly, indicated by:
  - a clear, consistent, and structured presentation;
  - correct use of language;
  - correct and complete list of references used.
- 8 The student has developed a complete (all formal requirements) and integrative thesis in which terms are used consistently and the different elements are adequately aligned.
- 9 The student has conducted the research independently, in a timely manner and with a critical (academic) attitude. The student has shown a professional attitude and manners / behaviour when working with others involved in the project and stick to agreements.
- 10 The student has defended their research by
  - presenting their research verbally in a structured, clear, convincing and interesting way (and correct use of language) within 15 minutes;
  - explaining and defending their research before a committee of examiners. The student should be able to response adequately (on an academic level) on the questions from the examiners and should be able to start an academic debate and discussion with the examiners.