

17 december 2021 - Verre van mij om de verslagen van partijcongressen van begin tot eind te lezen, laat staan dat van de Duitse SPD. Maar dat deed de steeds wakkere Duitse journalist [Norbert Häring](#) wel voor de SPD-Parteitag van 11 december. Daar werd de nieuwe partijleiding verkozen, en belofde de nieuwe Duitse bondskanselier Olaf Scholz dat de SPD zijn stempel zal drukken op het beleid van dit decennium.

Wie zoals Häring het [congresverslag](#) doorscrollt tot op het eind vindt er de volgende dankzegging aan de sponsors:

WIR DANKEN FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG



We vinden er naast Microsoft en Pfizer nog een pak grote namen zoals pakjesbedeler DHL, of energieleverancier e.on, maar minder bekende zijn daarom niet minder belangrijk, zoals vermogensbeheerder Union Investment of de vereniging van invoerders van farmaceutische producten.

Dat laatste is nogal pittig, aangezien de SPD Karl Lauterbach als gezondheidsminister aanduidde. Hij is in Duitsland niet alleen overbekend als de publieke epidemioloog van dienst, maar hij heeft het moeilijk om het [etiket van lobbyist](#) van de geprivatiseerde ziekenzorg van zich af te schudden.

Maar met de sponsoring van onze partij door privébedrijven is er niets fout aan de hand, zegt de SPD, daarover hebben wij sinds 2016 [onze normen](#) opgesteld:

“Sponsoring is een geoorloofde vorm van partijfinanciering. Tegen de achtergrond van dalende inkomsten en stijgende uitgaven is sponsoring voor ons van essentieel belang. Onder sponsoring verstaan wij het aanbieden van een promotionele uitstraling aan bedrijven en verenigingen. In ruil daarvoor ontvangen wij een financieel voordeel of een voordeel in natura of een dienst. Prestatie en tegenprestatie moeten in een passende verhouding tot elkaar staan. (...)”

Die dalende inkomsten kan men wel begrijpen als men de [evolutie van het ledenaantal](#) bekijkt, van bijna 1 miljoen in 1990 tot een goede 400.000 vandaag. Gelukkig is er nog de overheidssubsidie. Van de in totaal 193,5 miljoen euro die de Duitse partijen in 2019 uit de staatskas betrokken kreeg de SPD er 55,4 miljoen; er wordt waarschijnlijk jaloers gekeken richting België, dat voor een zeven keer kleinere bevolking zo een [70 miljoen](#) uitdeelt. Dus toch maar aankloppen bij de privé om te overleven?

Dat argument kan men moeilijk staande houden. De SPD publiceert sedert enige tijd de bedragen die ze uit de privé sponsoring ontvangt. Dat is eigenlijk verrassend weinig. Om je logo geëtaleerd te krijgen op een partijcongres betaal je 1500 €; voor een bedrijf als Microsoft is dat een vlo in een kathedraal. In totaal ontving de SPD [in het eerste halfjaar van 2021](#) al bij al 50.000 €. Voor 2020 (geen congresjaar) was het 5358 €. Misschien veroorzaakte dit laatste bedrag paniek, want volgens [SPD-gegevens](#) brengen de gewone tweejaarlijkse partijcongressen doorgaans 500.000 à 700.000 € aan privésponsoring in het laatste, en in de jaren daartussen toch minstens 100.000€. De 5358 € van 2020 was dus echt wel verontrustend, want een teken dat de Microsofts en tutti quanti niet zoveel heil meer zagen in het sponsoren van een zieltogende partij. De benoeming van Scholz als kanselier zal daar nu wel verandering in brengen...

In een onnadenkende bui had ik bijna als titel voor dit stukje gekozen: *Hoe de SPD haar ziel verkoopt voor een paar duizend euro*. Maar dat zou helemaal van de pot gerukt zijn. De ziel van de SPD, en van alle sociaaldemocratische partijen, is sinds een halve eeuw of meer het marktdenken en de kapitalistische logica. Misschien werd de lijst met privé-sponsors een beetje verstopt omdat men er zich nog van bewust is dat een deel van de leden daar bezwaar zou tegen maken, maar eigenlijk is de steun vanuit zoveel grote bedrijven voor het partijcongres van de SPD voor haar leiders het bewijs dat ze goed bezig zijn.

Was dat niet zo, dan waren er voor de partij andere opties. Voor een partij die, niettegenstaande de verliezen, toch nog altijd 400.000 leden heeft, volstaat het van elk lid twee (2) euro te vragen om niet met de bedelhand bij de Microsofts en de Pfizer's te moeten aankloppen. Maar blijkbaar is de SPD niet van plan op die manier haar *ware* ziel te verkopen. (hm)



Dit delen:

[Facebook](#)

[Twitter](#)