

Mediaberichtgeving over witteboordencriminaliteit: 'There's no such thing as bad publicity'.

*J.J.H. Beckers en J.G. van Erp**

Trefwoorden: witteboordencriminaliteit - strafrecht - media - publiciteit - framing

Abstract: *Recentelijk werden de hoofdverdachten in de 'Klimop-zaak' door de Rechtbank Haarlem in eerste aanleg veroordeeld tot uiteenlopende straffen. Strafrechtelijke vervolging van fraude zou er mede toe moeten dienen witteboordencriminaliteit ondubbelzinnig te veroordelen. Welke rol spelen de media bij deze pogingen om een grens te trekken in het grijze gebied tussen innovatief ondernemerschap en verwerpelijke roekeloosheid?*

1. Inleiding

Op 27 september 2011 eiste het Functioneel Parket (FP) voor de Rechtbank Haarlem gevangenisstraffen tot zeven jaar tegen elf verdachten in de zogenoemde vastgoedfraude of *Klimop-zaak*.¹ De onvoorwaardelijke gevangenisstraf van zeven jaar voor hoofdverdachte Jan van V. betekent een recordeis.² Het FP verdenkt de verdachten van deelname aan een criminele organisatie die erop uit was om Bouwfonds en het Philips Pensioenfonds op te lichten en geld van deze ondernemingen te verduisteren om er vervolgens zelf beter van te worden³.

In het requisitoir lichten de drie betrokken officieren van justitie toe hoe ze tot de voor Nederlandse begrippen stevige strafeisen waren gekomen. Het FP stelde dat de verdachten door hun handelen de integriteit van het Nederlandse bedrijfsleven op het spel hebben gezet en daarmee het vertrouwen in ons economisch systeem. Ook het feit dat verdachten voor hun criminele handelingen gebruik hebben gemaakt van legale

* Drs. J.J.H. (Joep) Beckers is als promovendus verbonden aan de sectie Criminologie van de Erasmus School of Law. Dr. J.G. (Judith) van Erp is universitair hoofddocent Criminologie aan de Erasmus School of Law.

¹ <www.om.nl/@157135/gevangenisstraffen-7/>, geraadpleegd op 18 november 2011.

² NRC Handelsblad 28 oktober 2011.

³ NRC Handelsblad 27 september 2011.

ondernemingen vormt volgens de aanklagers een ernstige bedreiging voor de maatschappij.

In de illegitieme projecten die tezamen de vastgoedfraude vormen, is volgens de officieren niet 'gewoon slim zaken gedaan waarbij iedereen er beter van is geworden', zoals de verdachten stellen. Een van de officieren sprak van een 'ordinaire diefstal' en van grove benadeling van Bouwfonds, Philips Pensioenfonds en hun aandeelhouders en pensioengerechtigden. En dat 'in een periode waarin de financiële sector door de belastingbetaler uit het moeras is getrokken'. De officieren van justitie noemen het schokkend hoe verdachten te werk gingen: 'Juist mensen met zo'n bevoorrechte positie als verdachten moeten zich aan maatschappelijk aanvaarde normen en waarden houden.' En verder: 'Deze lieden denken dat ze zich alles kunnen permitteren (...). De rianten salarissen die ze kregen zorgden voor voorspoed en maatschappelijk aanzien. Maar het was de heren niet genoeg – ze stalen uit pure hebzucht.' En tot slot: 'Het uitgedragen principe *'rules are for other people'* is maatschappelijk volstrekt onaanvaardbaar'.⁴

Volgens het FP is het hoog tijd om paal en perk te stellen aan 'het brutale cynisme waarmee zij de kas van hun werkgever en opdrachtgever plunderden om de eigen bankrekeningen te spekken; de huizen, de jachten, de extravagante feesten en partijen, de peperdure horloges en andere attenties – ze zijn allemaal gefinancierd met gestolen geld'. Behalve tot financiële schade leidde het gedrag van de verdachten volgens de officieren van justitie 'ook en vooral tot corrosie van het dunne laagje beschaving dat nog over ons land ligt'. 'Als het de hoge heren is toegestaan een spectaculaire greep in de kas te doen, wat let de gemiddelde burger dan om ook maar wat te rommelen met z'n belastingaangifte en z'n zzp-factuurkje?' De conclusie van het FP was dan ook dat er in deze zaak sprake is van 'dodelijk gedrag voor de maatschappelijke moraal, die toch al last heeft van afnemende betrokkenheid en solidariteit'.

Wat opvalt aan het requisitoir is het taalgebruik: dat is stevig en grotendeels gevrijwaard van juridische concepten. Aan *Het Financieele Dagblad* gaf officier van justitie Thomas Bosch te kennen dat het requisitoir inderdaad 'deels voor de bühne' bedoeld was.⁵ Robert Hein Broekhuijsen, een van de andere zaaksofficieren, voegde daar aan toe dat de 'taaie en gecompliceerde' strafzaak opzettelijk in 'Jip-en-Janneketaal'

⁴ Het Financieele Dagblad 28 september 2011.

⁵ Het Financieele Dagblad 27 september 2011.

werd uiteengezet. Het FP wilde over de hoofden van de verdachten vooral ook de samenleving aanspreken.⁶ Met andere woorden: met behulp van het strafrecht wordt een maatschappelijk probleem (de ‘graaicultuur’ in het bedrijfsleven⁷) publiekelijk aangekaart.

Tijdschrift voor Toezicht 2011/4 bevatte een discussie tussen bestuursrechtjuristen Madeleine de Cock Buning en Rob Widdershoven enerzijds, en voormalig hoofdofficier van het Functioneel Parket René Craemer anderzijds, over de vraag of het wenselijk is dat strafrechtelijke handhavers zich op een moraliserende wijze expliciet tot het publiek richten. Waar De Cock Buning en Widdershoven betoogden dat de overheid terughoudendheid past, stelde Craemer hier tegenover dat ‘moralistisch getinte uitspraken en stemmingsargumenten’ nodig zijn om de maatschappij en de rechter ervan te overtuigen dat ook witteboordencriminaliteit bestaat uit ernstige normschendingen die om ingrijpende sancties vragen. Met dit artikel geven wij vervolg aan deze discussie vanuit criminologisch perspectief, door aandacht te besteden aan de publiciteit omtrent witteboordencriminaliteit. Bij de pogingen van handhavers om schadelijk ondernemingsgedrag te bekritisieren, spelen de media immers een belangrijke intermediaire rol. De media vormen daarbij echter geen neutraal doorgeefluik. Ze reproduceren niet simpelweg justitiële uitspraken, maar de media selecteren, definiëren, interpreteren, kortom *framen* het nieuws. Daarmee kennen ze betekenis toe aan gebeurtenissen en beïnvloeden ze de publieke opinie ten aanzien van criminaliteit en maatschappelijke schade. Bovendien kunnen verdachten over het algemeen vrijuit spreken in de media, terwijl justitie aan strikte voorwaarden is gebonden om een *trial by media* te voorkomen. Ook dat verschil in positie is van invloed op de inhoud van de mediaberichtgeving.

In dit artikel staat daarom de vraag centraal op welke wijze media berichten over witteboordencriminaliteit. We beantwoorden deze vraag op basis van bestaand criminologisch onderzoek naar publiciteit over witteboordencriminaliteit. Allereerst bespreken we in paragraaf twee hoe in wetenschappelijke theorieën over criminalisering en generale preventie wordt gedacht over morele handhavingsboodschappen. In de derde paragraaf geven we drie standaardframes weer

⁶ Het Financieele Dagblad 28 september 2011.

⁷ NRC Handelsblad 28 september 2011.

die media hanteren bij de berichtgeving over witteboordencriminaliteit. In paragraaf vier destilleren we uit het onderzoek dat in de criminologie is verricht naar publiciteit omtrent witteboordencriminaliteit, zes strategieën die ondernemers gebruiken om de handhaver publicitair tegenspel te bieden. We laten zien dat deze frames en strategieën in de vastgoedfraudezaak en andere recente voorbeelden van strafrechtelijk vervolgte ondernemers en ondernemingen zijn toegepast. We sluiten het artikel af met een conclusie ten aanzien van de vraag wat de mogelijke gevolgen zijn van de mediaberichtgeving over witteboordencriminaliteit voor de weergave van 'morele' handhavingsboodschappen.

2. Morele boodschappen in de aanpak van witteboordencriminaliteit

De opvoedkundige werking van straf

Naast vergelding, onschadelijkmaking, resocialisatie en herstel van schade, is afschrikking een belangrijk doel van straffen. Als de straf hoog genoeg is, zal angst voor straf een potentiële overtreder weerhouden van het plegen van een delict, zo luidt kort gezegd de redenering. Maar in de literatuur over functies van het strafrecht wordt nog een ander, meer indirect aspect van afschrikking genoemd: straf bevat de boodschap dat het bestrafte gedrag maatschappelijk schadelijk en onaanvaardbaar is.⁸ Deze boodschap is niet alleen gericht aan de dader, maar ook aan de maatschappij: straf bevestigt sociale normen en zorgt op die manier voor solidariteit en sociale controle. In situaties waarin een grijs gebied bestaat, kan straf ook een *normvormende* werking hebben. Een straf communiceert in de eerste plaats dat het bestrafte gedrag slecht en schadelijk is, en in

⁸ J. Feinberg, *Doing and Deserving: Essays in the Theory of Responsibility*, Princeton: Princeton University Press 1970; F.E. Zimring, *Legal Perspectives on Family Violence*, *California Law Review* 1987, 75, p. 521-540; A.P. Simester en A. von Hirsch, *Crimes, Harms, and Wrongs. On the Principles of Criminalisation*, Oxford: Hart Publishing 2011; J.C. Coffee Jr., *Does 'unlawful' mean 'criminal'?* Reflections on the disappearing tort/crime distinction in American law, *Boston University Law Review*, 1991, 71, p. 193-245; J. Braithwaite, *Crime, Shame and Reintegration*, Cambridge: Cambridge University Press 1989.

de tweede plaats dat de maatschappij dit gedrag afkeurt en dat het gaat om 'something of which people are likely to be made ashamed of if they choose it'.⁹ Met andere woorden, straf weerspiegelt maatschappelijke opvattingen over goed en kwaad én beïnvloedt deze tegelijkertijd.¹⁰

Het communicatieproces waarin juridische instituties morele boodschappen over de onaanvaardbaarheid van bepaald gedrag overbrengen op het algemene publiek en potentiële overtreders, wordt 'morele educatie' genoemd.¹¹ Vanuit het perspectief van morele educatie is justitie naast een bestraffende instantie ook een '*socializing institution*',¹² of, in andere woorden, een '*teacher of right and wrong*'.¹³ Handhavingsacties van een dergelijk instituut leren ons wat van ons verwacht wordt en waar de grenzen van het toelaatbare worden gelegd.¹⁴

De expressiviteit van het strafrecht

Op witteboordencriminaliteit wordt zowel met bestuursrechtelijke als strafrechtelijke middelen gereageerd. Rechtswetenschappers stellen dat het strafrecht effectiever is wanneer het gaat om morele educatie. Juist aan het strafrecht worden de symbolische en expressieve kwaliteiten toegeschreven die nodig zijn om de publieke moraal te beïnvloeden. Het strafrecht is het meest moreel geladen rechtsgebied en biedt de krachtigste veroordeling van schadelijk ondernemingsgedrag.¹⁵ Dat is zo omdat het

⁹ J. Braithwaite en P. Pettit, *Not Just Deserts. A Republican Theory of Criminal Justice*, Oxford: Clarendon Press 1990, p. 88-89;

¹⁰ Coffee 1991, p. 193, 198.

¹¹ Zimring 1987.

¹² Braithwaite en Pettit 1990, p. 88-89.

¹³ F.E. Zimring en G. Hawkins, *Deterrence; The Legal Threat in Crime Control*, Chicago: Chicago University Press 1973, p. 78.

¹⁴ K. Hawkins, *Law As Last Resort: Prosecution Decision-Making in a Regulatory Agency*, Oxford: Oxford University Press 2002, p. 416-417; V. Braithwaite en J. Braithwaite, *Democratic Sentiment and Cyclical Markets in Vice*. *British Journal of Criminology* 2006, 46, p. 1110-1127.

¹⁵ L. Snider, *Bad business – Corporate crime in Canada*, Scarborough, Ontario: Nelson Canada 1993; F. Pearce en S. Tombs, *Hazards, Law and Class: Contextualizing the Regulation of Corporate Crime*, *Social and Legal Studies* 1997, 6, p. 79-107; S. Tombs, *Workplace Harm and the Illusions of Law*, in: P. Hillyard, C. Pantazis, S. Tombs, D. Gordon en D. Dorling, *Criminal Obsessions: Why Harm Matters More Than Crime*, Londen: Crime and Society Foundation 2005, p. 39-58, m.n. p. 56; D. McBarnet, *After Enron Will 'Whiter Than White Collar Crime' Still Wash?* *British Journal of Criminology* 2006, 46, p. 1091-1109; H.G. van de Bunt en T.A. de Roos, *Zwarte toga's kontra witte boorden?*, *Recht en kritiek* 1983, 9 (1), p. 6-50; M. Levi, *Serious Tax Fraud and Noncompliance: A Review on the Differential Impact of Criminal and Noncriminal Proceedings*, *Criminology and Public Policy* 2010, 9, p. 493-513.

strafrecht verwerpelijk gedrag niet zomaar bestempelt als overtreding, maar als 'crimineel'.¹⁶ Of zoals Snider het verwoordt:

'Criminal law is universalistic and absolute, and those who offend against it are *criminals*, a term fraught with connotations of evil. Transforming corporate criminals into regulatory evaders who have failed to "cooperate" makes their transgressions seem pale by comparison.'¹⁷

Uit onderzoek blijkt dat het strafrecht niet alleen (of niet zozeer) wordt nageleefd vanwege de juridische dreiging die ervan uitgaat, maar omdat het publiek de strafrechtelijke normen als legitiem en nalevenswaardig beschouwt.¹⁸ Het strafrecht heeft bij uitstek een opvoedkundige rol, veel meer dan dat het bestuursrecht of het civiele recht deze hebben. Dit wordt kernachtig verwoord door Coffee: 'characteristically, tort law prices, while criminal law prohibits'.¹⁹ Recentelijk hebben Simester en Von Hirsch in hun boek *Crimes, harms and wrongs*²⁰ in dit verband gesteld dat het onderscheidende van het strafrecht is dat het 'speaks with a moral voice'.

Ook veel Nederlandse rechtswetenschappers en criminologen beschouwen het bevestigen en vormen van sociale normen als een belangrijke functie van rechtshandhaving in het algemeen en, vanwege haar symbolische kracht, van het strafrecht in het bijzonder.²¹ De Hullu²² spreekt van afkeuring uitdrukende,

¹⁶ Feinberg 1970.

¹⁷ L. Snider, *Cooperative Models and Corporate Crime: Panacea or Cop-Out?*, *Crime & Delinquency* 1990, 36, p. 373-389, m.n. p. 385.

¹⁸ Braithwaite 1989; T.S. Tyler, *Why People Obey the Law*, New Haven: Yale University Press 1990.

¹⁹ Coffee 1991, p. 194.

²⁰ Simester en Von Hirsch 2011, p. 6.

²¹ U. van de Pol, *Openbaar terecht. Een onderzoek van het openbaarheidsbeginsel in de strafrechtspleging*, Amsterdam: Vrije Universiteit 1986; C.H. Brants en K.L.K. Brants, *De sociale constructie van de Nederlandse en Amerikaanse effectenwetgeving*, Nijmegen: Wolf Legal Publishers 2003; C.J. Enschedé, *Beginselen van het strafrecht*, Deventer: Kluwer 2005, p. 72; G.J.M. Corstens, *Het Nederlands strafprocesrecht*, Arnhem: Gouda Quint 2008, p. 586; L. van Lent, *Externe openbaarheid in het strafproces*, Den Haag: Boom Juridische uitgevers 2008, p. 4; M. Malsch en J.F. Nijboer, *De zichtbaarheid van het recht. Openbaarheid van de strafrechtspleging*, Deventer: Kluwer 2005; G. van Oenen, *Veiligheid voor alles. Over rechtshandhaving en haar motieven*, *Krisis* 2000, 2 (1), p. 20-35, m.n. p.34; S. Gutwirth en P. de Hert, *Een theoretische onderbouw voor een legitiem strafproces. Reflecties over procesculturen, de doelstellingen van de straf, de plaats van het strafrecht en de rol van slachtoffers*, *Delikt en Delinkwent* 2001, 31, p. 1048-1087, m.n. p. 1062; M. Blagrove, *Beursfraude effectief aangepakt; Een onderzoek naar het toezicht en de regulering van de Nederlandse en Amerikaanse effectenwetgeving*, Nijmegen: Wolf Legal Publishers 2003; M.S. Groenhuijsen, *Openbaarheid en publiciteit in strafzaken*, *Delikt en Delinkwent* 1997, 27, p. 417-422; J. van Erp, *De dreiging van negatieve publiciteit: Is reputatieschade een alternatief voor handhaving?*, in: F. Leeuw (red.), *Turven, tellen, toetsen. Over toezicht, inspectie, handhaving en evaluatie en hun maatschappelijke betekenis in Nederland*, Den Haag: Boom Juridische uitgevers 2007, p. 79-91; J. van Erp,

leedtoevoegende bestraffing waarmee naast vergelding en preventie ook normbekrachtiging wordt beoogd. Morele educatie is door Hoefnagels²³ en Denkers²⁴ aangeduid als 'positieve generale preventie' tegenover afschrikking als negatieve generale preventie. Socioloog Boutellier stelt dat de staat in het strafrecht een instrument voor de verkondiging van een 'morele waarheid' bezit.²⁵

Zonder dat bovenstaande samenvatting volledig is, maakt ze duidelijk dat het een gangbare opvatting is dat het strafrecht niet alleen bijdraagt aan de generale preventie door te dreigen met straf (afschrikking), maar het ook lessen kan doen uitgaan over de verwerpelijkheid en verwijtbaarheid van gedrag (morele educatie). Juist in situaties waarin onduidelijkheid bestaat over de grens tussen geoorloofd en ongeoorloofd gedrag, is behoefte aan een 'moreel kompas'.²⁶ Bij veel vormen van witteboordencriminaliteit is de grens tussen innovatief ondernemerschap en roekeloos gedrag niet altijd evident. In hoeverre is '*creative compliance*', pogingen om op een creatieve wijze de letter van de wet uit te buiten om op die manier de geest van de wet te 'verslaan', toelaatbaar?²⁷

De officieren van justitie in de vastgoedfraudezaak hebben getracht deze grens te trekken door in hun requisitoir het 'slim zaken doen' in het vastgoed te betitelen als 'ordinaire diefstal'. Bezien vanuit het perspectief van morele educatie, sluit hun optreden aan bij een belangrijke functie van het strafrecht. Of de boodschap overkomt bij het publiek, hangt voor een belangrijk deel af van de wijze waarop in de media over strafzaken wordt bericht. De media kunnen het perspectief kiezen van handhavende autoriteiten, maar ze kunnen een delict ook ontdoen van zijn morele of symbolische connotatie.²⁸ In de volgende paragraaf zullen we daarom onderzoeken welke mediaframes ten aanzien van witteboordencriminaliteit worden gehanteerd.

Naming en shaming in het markttoezicht. Een onderzoek naar de openbaarmaking van sancties op de financiële markt, Den Haag: Boom Juridische uitgevers 2009.

²² J. de Hullu, Materieel strafrecht. Over algemene leerstukken en strafrechtelijke aansprakelijkheid naar Nederlands recht, Deventer: Kluwer 2003.

²³ G.P. Hoefnagels, Anderen dan daders. De straffer en de generaal-preventieve werking, Deventer: Kluwer 1966, p. 15 1966, p. 15.

²⁴ F.A.C.M. Denkers, Generale preventie. Nijmegen: Dekker & Van de Vegt 1975, p. 9.

²⁵ H. Boutellier, Beschavingspretenties van straf en herstel, in: B. van Stokkom (red.), Straf en herstel: Ethische reflecties over sanctiedoeleinden, Den Haag: Boom Juridische uitgevers 2004, p. 25-42, m.n. p. 29.

²⁶ Braithwaite en Braithwaite 2006, p. 1123; Boutellier 2004; Y. Buruma, Geen blad voor de mond.

Afscheidsrede door prof. mr. Ybo Buruma, Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen 2011, p. 7.

²⁷ McBarnet 2006.

²⁸ S. Cohen en J. Young, (red.), The Manufacture of News, Londen: MacMillan 1973; J. Young, Voodoo Criminology and the Numbers Game, in: J. Ferrell, K. Hayward, W. Morrison en M. Presdee (red.), Cultural Criminology Unleashed, Londen: Glasshouse Press 2004, p. 13-27.

3. Mediarepresentatie van witteboordencriminaliteit

Bij commune criminaliteit berichten de media vaak vanuit het slachtoffer, met wiens leed het publiek zich kan identificeren.²⁹ Dat perspectief kan bij fraude en andere vormen van witteboordencriminaliteit dikwijls niet worden gehanteerd. De slachtoffers van fraude vormen namelijk vaak een grote groep mensen met geringe schade. Slechts in uitzonderingsgevallen, zoals de financiële problemen bij DSB Bank of Icesave, kunnen gedupeerde slachtoffers ten tonele worden gevoerd. Meestal echter is sprake van massaschade, waarbij zeer veel slachtoffers elk geringe schade hebben ondervonden. Bij de bouwfraude of de recente vastgoedfraude zijn belasting- of premiebetalers weliswaar slachtoffer, maar hun persoonlijke schade is niet eenvoudig te kwantificeren. Bij afwezigheid van concrete slachtoffers, en omdat fraudedelicten naar hun aard vaak complexer en technischer zijn dan reguliere criminaliteit, en daarmee minder aantrekkelijk als onderwerp van berichtgeving, ligt de focus van de mediaberichtgeving over fraude dikwijls bij de verdachte.³⁰

'Hoogmoed komt voor de val'

Als de media over witteboordencriminaliteit berichten, gebeurt dat vaak vanuit een perspectief dat we 'hoogmoed komt voor de val' zouden kunnen noemen. De ondergang van een machtige bestuurder biedt een eenvoudig verhaal dat het grote publiek aanspreekt.³¹ Het proces met getuigen, de strafeis, persconferenties, en het vonnis, bevatten voor de verdachte topman of -vrouw vele vernederende momenten die in de media kunnen worden weergegeven.³² In de Verenigde Staten komt daar nog de *'perp walk'* bij, waarin van fraude verdachte topmensen zich voor het oog van de camera naar de rechtszaal begeven, soms in handboeien of met hun gezicht verborgen achter papieren, terwijl ze worden uitgejouwd door betogers. Het 'hoogmoed komt voor de

²⁹ D. Garland, *The Culture of Control - Crime and Social Order in Contemporary Society*, Chicago: University of Chicago Press 2001.

³⁰ M. Levi, *The Media Construction of Financial White-Collar Crimes*, *British Journal of Criminology* 2006, 46, p. 1037-1057.

³¹ G. Cavender en A. Mulcahy, *Trial by Fire: Media Constructions of Corporate Deviance*, *Justice Quarterly* 1998, 15, p. 697-719; Levi 2006.

³² J.M. Ivancevich, R. Konopaske en J.A. Gilbert, *Formally Shaming White-Collar Criminals*, *Business Horizon* 2008, 51, p. 401-410; Blagrove 2003.

val'-perspectief stelt de persoon van de dader centraal, en geeft veel aandacht aan diens motieven en karaktereigenschappen. Daarentegen gaat relatief weinig aandacht uit naar de context die het delict faciliteerde. De fraude wordt teruggebracht tot een verhaal over individuele hebzucht, ijdelheid en hybris.³³ Onderzoek naar de berichtgeving over het Uniser-afvalschandaal in de jaren tachtig liet bijvoorbeeld zien dat de aandacht in die zaak voornamelijk uitging naar de verdachten, maar niet naar de afvalproblematiek in zijn algemeenheid.³⁴

Het verhaal van de gevallen topbestuurder bevestigt bovendien het reeds bestaande publieke beeld van het onbetrouwbare en egoïstische bedrijfsleven. Door witteboordencriminaliteit te presenteren in de vorm van herkenbare, aansprekende standaardbeelden, stelt berichtgeving het publiek in de gelegenheid om grip te krijgen op de complexiteit van witteboordencriminaliteit.³⁵

Een versimpeld, individueel verhaal over hybris kan resulteren in morele educatie en daarmee in generale preventie, in die zin dat het waarden als integriteit, bescheidenheid en sociale verantwoordelijkheid kan herbevestigen. Aan de andere kant kan een dergelijk verhaal er ook voor zorgen dat de aandacht wordt weggenomen van een meer complexe analyse, waarin de rollen van de betrokken organisaties, de branchecultuur, toezicht en (de)regulering, en de economie worden nagegaan.³⁶ Oftewel, een dergelijk frame reproduceert bestaande ideeën, in plaats van dat het bijdraagt aan het veranderen of aanscherpen van de waarden of percepties ten aanzien van de dieperliggende oorzaken van schadelijk ondernemingsgedrag.

Het 'hoogmoed komt voor de val'-frame overheerste in de berichtgeving over de vervolging van voormalig Philips-topman Cor Boonstra, die twee uur voor aanvang van zijn eigen afscheidsfeest bij Philips in het Amsterdamse Concertgebouw te horen kreeg dat hij door het Openbaar Ministerie werd vervolgd voor handel met voorkennis in aandelen Endemol.³⁷ Vanwege de aanwezigheid van camera's bij het Concertgebouw was hier zelfs sprake van een '*perp walk*'. Ook over Ahold-topman Cees van der Hoeven werd vanuit het 'hoogmoed komt voor de val'-frame bericht.

³³ G. Cavender, K. Gray en K.W. Miller, Enron's Perp Walk: Status Degradation Ceremonies as Narrative, *Crime, Media, Culture* 2010, 6, p. 251-266.

³⁴ Van de Bunt en De Roos 1983.

³⁵ Levi 2006; D.R. Papke, *Framing the Criminal. Crime, Cultural Work, and the Loss of Critical Perspective*, Hamden: Archon Books 1987.

³⁶ Cavender e.a. 2010; McBarnet 2006.

³⁷ In de 'Endemol-zaak' werd Boonstra vrijgesproken.

(<www.om.nl/onderwerpen/voorkennis/@122101/boonstra/>)

Luxe en glamour

De Britse criminoloog Michael Levi³⁸ stelt dat media in berichtgeving omtrent witteboordencriminaliteit met name aandacht besteden aan reeds 'beroemde' ondernemers. Ze richten zich daarbij op de glamoureuze kant van witteboordencriminaliteit, zoals de hoge bonussen, de luxe goederen die worden uitgewisseld in gevallen van omkoping en de stijlvolle wereld van het bedrijfsleven waarin de ondernemers zich begaven voordat ze uit de gratie vielen. De media presenteren fraude daarmee volgens Levi meer als een glamourkwesitie dan dat ze de maatschappelijke schade benadrukken. De affaire Madoff bood de media een prachtige gelegenheid om fraude te presenteren als spektakel: veel aandacht ging uit naar de vele beroemdheden in de kring van beleggers van Madoff en zijn luxe leefstijl. Zo berichtten de media uitgebreid over de openbare veiling van zijn bezittingen, waaronder zijn pantoffels waarmee elke burger in de schoenen van een miljoenezwendelaar kan staan.³⁹ Behalve herkenbaarheid biedt witteboordencriminaliteit daarmee ook een *lifestyle* waar het publiek zich aan kan vergapen of misschien zelfs wel naar kan verlangen. Beide frames hebben tot gevolg dat de publiciteit rond witteboordencriminaliteit '*infotainment*'⁴⁰ wordt doordat de grenzen tussen nieuws en feiten aan de ene, en entertainment aan de andere, kant vervagen.

Het 'luxe- en glamour'-frame overheerst ook in de recente vastgoedfraudezaak. In de berichtgeving over deze strafzaak gaat namelijk veel aandacht uit naar de bonussen, de dure horloges, het cocaïnegebruik van verdachte Nico V., en de zeiljachten en uitstapjes naar Cannes en Monaco. *NRC Handelsblad* kopte dat het requisitoir van het OM ging over 'ritselende bankbiljetten, zeiljachten en privéjets'.⁴¹ De schade die is aangericht en de gevolgen voor premiebetalers hebben veel minder aandacht gekregen. Illustratief voor het '*infotainment*'-karakter van de berichtgeving omtrent de vastgoedfraudezaak is dat er niet alleen een journalistieke bestseller verscheen,⁴² maar dat er voor 2012 ook een theaterproductie geprogrammeerd staat. Volgens George van

³⁸ Levi 2006, p. 1044; M. Levi, White-Collar, Organised and Cyber Crimes in the Media: Some Contrasts and Similarities, *Crime, Law and Social Change* 2008, 49, p. 365-377, m.n. p. 368.

³⁹ Het Financieele Dagblad 22 oktober 2010; 15 november 2010; de Volkskrant 12 november 2010.

⁴⁰ Levi 2006.

⁴¹ NRC Handelsblad 28 september 2011.

⁴² V. van der Boon en G. van der Marel, *De vastgoedfraude. Miljoenezwendel aan de top van het Nederlandse bedrijfsleven*, Amsterdam: Nieuw Amsterdam 2009.

Houts, regisseur van *'De Verleiders – De casanova's van de vastgoedfraude'* beschikt hij met verdachten Nico V. en Jan van V. over 'bijzonder theatrale personages':

'Vijsma is een bizarre figuur, een tanig, klein mannetje, half-Indonesisch, altijd in een lange zwarte jas en met een zonnebril. Hij snuift openlijk coke. Hij pakt je of helemaal in, of je bent doodsbang voor hem. En dan dat neefje, Jan van Vlijmen, ernaast. Een briljant getallenman, maar ook autistisch, en met smetvrees. Dat duo komt samen binnen bij het respectabele Bouwfonds, en verdient daar vervolgens miljoenen. Of steelt die – volgens het Openbaar Ministerie. Fascinerend.'⁴³

Falend toezicht

De media kunnen in hun berichtgeving ook publiekelijk de vraag opwerpen hoe een bepaald delict heeft kunnen plaatsvinden of zolang heeft kunnen voortduren.⁴⁴ Dikwijls wijst men in dit verband op tekortkomingen aan de kant van de handhaver. In de berichtgeving wordt vooral stilgestaan bij het falend toezicht. Wanneer het Openbaar Ministerie in de openbaarheid morele boodschappen wenst over te brengen op de Nederlandse samenleving, stelt het zich dus kwetsbaar op.⁴⁵ Een falende handhaver kan voor de media een nieuwswaardiger 'slachtoffer' vormen dan een wetsovertredende onderneming.⁴⁶ Dit derde mediaframe brengt met zich mee dat de verdachte of dader en zijn motieven en beweegredenen naar de achtergrond verdwijnen, terwijl de gebrekkige regulering en het falend toezicht in de publiciteit breed worden uitgemeten.

Het 'falend toezicht-frame' deed zich onder andere voor in de berichtgeving over de bouwfraude,⁴⁷ de brand bij het bedrijf Chemie-Pack in Moerdijk⁴⁸ en de malversaties bij woningbouwcorporaties.⁴⁹ Van witteboordencriminaliteit verdachte ondernemers en ondernemingen kunnen ook actief bijdragen aan het verleggen van de mediafocus van de schadelijkheid van de (veronderstelde) wetsovertreding en de verwijtbaarheid van de verdachte naar de betwistbaarheid van het justitieoptreden. Hierbij kunnen zij gebruikmaken van verschillende rechtsbeschermingsmaatregelen. Door de inzet van

⁴³ NRC Handelsblad 5 januari 2012.

⁴⁴ Van Erp 2007.

⁴⁵ Van Erp 2007.

⁴⁶ Levi 2006, p. 1037.

⁴⁷ Het Financieele Dagblad 13 december 2002; 14 april 2004; de Volkskrant 17 februari 2004.

⁴⁸ De Volkskrant 4 januari 2012; 10 februari 2012; NRC Handelsblad 16 januari 2012; 9 februari 2012.

⁴⁹ De Volkskrant 9 maart 2011; Het Financieele Dagblad 31 januari 2012; 3 februari 2012; 4 februari 2012.

deze middelen kan twijfel ontstaan over de rechtmatigheid van het handhavend optreden of de rechterlijke onpartijdigheid.⁵⁰ Dit deed zich voor in de vastgoedfraudezaak, waarin twee verdachten een rechter wraakten nadat deze enkele regels uit een kinderversje had geciteerd.⁵¹ De advocaten van de verdachten meenden dat de rechter hiermee 'de schijn van vooringenomenheid' had gewekt en de wrakingskamer stelde hen daarbij in het gelijk.⁵² Omdat dergelijke incidenten nieuwswaardig zijn, kunnen ze tot gevolg hebben dat de inhoud van het bestreden gedrag op de achtergrond raakt. Ze bieden de media namelijk de gelegenheid om over de rechtszaak te berichten als een strategisch spel, waarbij niet de aard en ernst van de veronderstelde wetsovertreding, maar met name de strafvorderlijke kanten van de zaak, onderwerp van media-aandacht worden.

Uit deze analyse wordt duidelijk dat de media een eigen invulling geven aan de berichtgeving over witteboordencriminaliteit, waardoor eventuele moraliserende boodschappen vanuit het Openbaar Ministerie naar de achtergrond kunnen verdwijnen.⁵³ Vanuit de behoefte van het publiek aan 'infotainment' wordt witteboordencriminaliteit niet alleen gepresenteerd als een juridische kwestie maar ook als spektakel. Bijzonder hierbij is dat van witteboordencriminaliteit verdachte topmensen over de middelen beschikken – zowel financieel als sociaal – om dit spektakel te managen.⁵⁴

4. Het tegenspel: witteboordencriminelen vechten terug

4.1 Een PR-offensief

Als succesvolle ondernemers in een strafzaak worden beschuldigd van fraude of andere vormen van witteboordencriminaliteit, zoeken ze vaak de media op om hun kant van het

⁵⁰ K. Mann, *Defending White Collar Crime. A Portrait of Attorneys at Work*, New Haven: Yale University Press 1985.

⁵¹ NRC Handelsblad 5 april 2011 (Het gaat in casu om het gedicht 'De Pruimenboom' van Hiëronymus van Alphen: 'Jantje zag eens pruimen hangen, O! als eieren zo groot. 't Scheen, dat Jantje wou gaan plukken, Schoon zijn vader 't hem verbood.')

⁵² NRC Handelsblad 19 maart 2011.

⁵³ A.Ph. van Wijk en A.A.J. Blokland, *Criminaliteit en media: een ambivalente relatie*, *Delikt en Delinkwent* 1998, 28, p. 426-447.

⁵⁴ Levi 2006.

verhaal uit de doeken te doen.⁵⁵ Soms wordt een persbericht uitgebracht, een advertentie geplaatst,⁵⁶ of voert een advocaat namens de cliënt het woord in de media. Het komt echter ook geregeld voor dat een verdachte ondernemer zelf een interview geeft of optreedt in een talkshow als *Pauw en Witteman*.⁵⁷ Veel ondernemers beschikken over charisma en goede communicatieve vaardigheden. Deze eigenschappen hebben bijgedragen aan hun succes als ondernemer, maar stellen hen ook in staat om in de publiciteit hun handelen te verdedigen.⁵⁸ Het vertrouwen dat lange tijd in fraudeverdachten is gesteld, maakt hun uitspraken extra gezaghebbend, vandaar dat zij ook wel worden getypeerd als *'trusted criminals'*.⁵⁹ 'Hooggeplaatste' verdachten beschikken daarnaast over mediatrainers en woordvoerders die hen begeleiden bij, en ondersteunen in, het presenteren van een overtuigend neutraliseringsverhaal.⁶⁰ Tot slot worden ze vaak in de rug gesteund door een netwerk van invloedrijke vrienden die het in de media voor hen opnemen.⁶¹ In de *Ahold*-zaak bijvoorbeeld, stelden verschillende bekende ondernemers dat de boekhoudfraude geen 'duister complot' was en dat iedereen een 'foutje' kan maken. Daardoor werd twijfel gezaaid over de ernst van de zaak en de schuld van topman Van der Hoeven.⁶² In de vastgoedfraudezaak benaderden verdachten Van V. en Del C. auteur Leon de Winter voor een interview in weekblad *Elsevier*. De Winter portretteert Van V. in het vijftien pagina's tellende artikel als een 'intelligente' en 'sociaal begaafde' 'workaholic' en een 'gedreven visionair'.

⁵⁵ M. Levi, *Suite Justice or Sweet Charity? Some Explorations of Shaming and Incapacitating Business Fraudsters, Punishment & Society* 2002, 4, p. 147-163, m.n. p. 149-150; Levi 2006, p. 1041; B. Fisse, *The Use of Publicity as a Criminal Sanction Against Business Corporations, Melbourne University Law Review* 1971, 8, p. 107-150, m.n. p. 133-139; M.L. Benson, *Denying the Guilty Mind: Accounting for Involvement in a White-Collar Crime*, in: S. Henry en W. Einstadter (red.), *The Criminology Theory Reader*, New York: New York University Press 1998, p. 247-264; Brants en Brants 1991, p. 181.

⁵⁶ In de bestuursrechtelijke sfeer plaatste het door de Consumentenautoriteit beboete telecombedrijf Pretium bijvoorbeeld een paginagrote advertentie waarin het toelichtte waarom men het niet eens was met de opgelegde boete voor de werving van abonnees (de Volkskrant 20 oktober 2005).

⁵⁷ Recente voorbeelden van ondernemers die optraden in *Pauw en Witteman* terwijl ze verdachte waren in een strafzaak zijn de van fraude verdachte Jan des Bouvrie, zakenman Joep van den Nieuwenhuyzen, en de directeur van Chemie-Pack, die verdacht wordt van medeverantwoordelijkheid voor de brand bij zijn afvalverwerkingsbedrijf.

⁵⁸ Fisse 1971; K. Cools, *Controle is goed, vertrouwen nog beter. Over bestuurders en corporate governance*, Assen: Van Gorcum 2005.

⁵⁹ D.O. Friedrichs, *Trusted Criminals: White Collar Crime in Contemporary Society*, Belmont: Wadsworth 2010; H.G. van de Bunt, *Walls of Secrecy and Silence: The Madoff Case and Cartels in the Construction Industry, Criminology & Public Policy* 2010, 9, p. 435-453; M. Levi, *M. Suite Revenge? The Shaping of Folk Devils and Moral Panics about White-Collar Crimes*, *British Journal of Criminology* 2009, 49, p. 48-67.

⁶⁰ Mann 1985.

⁶¹ Snider 1993; Pearce en Tombs 1997; Tombs 2005.

⁶² Het Financieele Dagblad 6 maart 2006.

Van fraude verdachte topmensen zijn al met al vaak in staat om zich op overtuigende wijze in de publiciteit te profileren. Overigens kan men ook al eerder ingrijpen: ondernemingen kunnen negatieve publiciteit voorkomen door een publicatieverbod af te dwingen of met een schadeclaim te dreigen. Een voorbeeld hiervan is de *Probo Koala*-zaak waarin oliehandelaar Trafigura ervan werd beschuldigd giftig afval te hebben laten dumpen op verschillende plekken in Abidjan, de hoofdstad van Ivoorkust. Trafigura stelde dat het gedumpte afval niet schadelijk was voor de volksgezondheid en veilig kon worden verwerkt. Toen de Britse krant *The Guardian* in 2009 het drie jaar eerder opgestelde Minton-rapport⁶³ – waarin werd geconcludeerd dat direct contact met het geloosde afval tot gezondheidsklachten, en zelfs de dood, kon leiden – wilde publiceren, bedong Trafigura een publicatieverbod. Niet alleen mocht het rapport niet worden geopenbaard, maar ook over het publicatieverbod zelf mocht niet worden bericht. Pas toen advocaten van het oliebedrijf zelfs probeerden te voorkomen dat er in het Britse Lagerhuis over de zaak zou worden gedebatteerd, hief Trafigura het verbod op om verdere negatieve media-aandacht te vermijden. Ondertussen boekt Trafigura uitstekende financiële resultaten, waarop een verslaggever stelde: ‘There is no such thing as bad publicity.’⁶⁴

Vanzelfsprekend impliceert het voorgaande niet dat de PR-offensieven van fraudeverdachten altijd succesvol zijn. Genoemde voorbeelden laten echter wel zien dat van fraude verdachte ondernemers, over het algemeen meer dan ‘reguliere’ verdachten, *in staat kunnen zijn* om publicitair tegenspel te bieden en hiermee eventuele negatieve publiciteit af te zwakken.⁶⁵ Justitie daarentegen is gebonden aan de voorwaarden voor een eerlijk proces en moet een *trial by media* voorkomen.⁶⁶ In de *Clickfonds*-zaak bijvoorbeeld werd het OM in een deel van de strafzaak mede vanwege de voortijdige publiciteit niet-ontvankelijk verklaard waardoor verschillende verdachten vrijuit gingen.⁶⁷ Dit kan afbreuk doen aan de ‘morele’ boodschap van het Openbaar Ministerie

⁶³ Vernoemd naar het Britse wetenschappelijke onderzoeksbureau Minton, Treharne & Davies dat in opdracht van Trafigura het betreffende rapport had opgesteld.

⁶⁴ Idem.

⁶⁵ Levi 2006, p. 1041.

⁶⁶ K. Yeung, Does the Australian Competition and Consumer Commission Engage in ‘Trial by Media’? *Law & Policy* 2005, 27, p. 549-577; Van de Pol 1986, p. 608; D.R. Doorenbos, Naming & Shaming, Deventer: Kluwer 2007; Groenhuijsen 1997, p. 418-419; Van Lent 2008.

⁶⁷ NRC Handelsblad 29 december 2011.

of de strafrechter doordat de morele ambivalentie waardoor witteboordencriminaliteit wordt gekenmerkt niet wordt bestreden, maar versterkt.

4.2 Publicitaire verdedigingsstrategieën

Er is in de criminologie veel onderzoek gedaan naar de 'neutralisatietechnieken' aan de hand waarvan de verwerpelijkheid van criminaliteit kan worden gerelativeerd.⁶⁸ Wat betreft witteboordencriminaliteit komen deze technieken erop neer dat verdachten de verwijtbaarheid of de ernst van het gedrag ontkennen.⁶⁹ Dergelijke neutralisatietechnieken maken integraal deel uit van de motivatie tot het plegen van witteboordencriminaliteit. Voorafgaand aan een delict stellen ze de dader in staat om een '*moral holiday*' te nemen:⁷⁰ met behulp van de neutralisatietechnieken wordt de morele drempel die iedere dader zonder crimineel zelfbeeld over moet beslecht. Achteraf beschermen de neutralisatietechnieken de dader tegen de verwijten die hij zichzelf kan maken, en die anderen hem kunnen maken.

In het navolgende borduren we voort op deze neutralisatietechnieken. We gaan na hoe fraudeverdachten zich in de media publiekelijk verdedigen en onderscheiden daarbij zes verschillende publiciteitsstrategieën. Deze publiciteitsstrategieën zijn weliswaar geïnspireerd door de reeds bestaande neutralisatietechnieken, maar hebben in tegenstelling tot deze technieken enkel betrekking op de wijze waarop ondernemers zich *achteraf* in de publiciteit verweren tegen beschuldigingen van witteboordencriminaliteit. Omdat niet is onderzocht in hoeverre deze publicitaire verweren deel hebben uitgemaakt van de motivatie tot het begaan van de wetsovertreding waarvan men wordt beschuldigd, spreken we in het navolgende van publiciteitsstrategieën en niet van neutralisatietechnieken. De publiciteitsstrategieën illustreren we met behulp van enkele recente voorbeelden van strafzaken waarin topmensen uit het bedrijfsleven worden beschuldigd van witteboordencriminaliteit.

⁶⁸ G.M. Sykes en D. Matza, *Techniques of Neutralization: A Theory of Delinquency*, *American Sociological Review* 1957, 22, p. 664-670; D.R. Cressey, *Other People's Money: A Study in the Social Psychology of Embezzlement*, Belmont: Wadsworth 1953, 1971; J.W. Coleman, *Towards an Integrated Theory of White-Collar Crime*, *American Journal of Sociology* 1987, 93, p. 406-439; N.L. Piquero, S.G. Tibbets en M.B. Blankenship, *Examining the Role of Differential Association and Techniques of Neutralization in Explaining Corporate Crime*, *Deviant Behavior* 2005, 26, p. 159-188; P. Gottschalk en R. Smith, *Criminal Entrepreneurship, White-Collar Criminality, and Neutralization Theory*, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* 2011, 5, p. 300-308.

⁶⁹ Benson 1998, p. 262.

⁷⁰ Sykes en Matza 1957.

Figuur 1: Publicitaire verdedigingsstrategieën van witteboordencriminelen

<u>Ontkennen van de verwijtbaarheid</u>	<u>Ontkennen van de ernst</u>
1. 'Ik wist het niet'	4. 'Ik heb er recht op'
2. 'Ik heb het niet alleen gedaan'	5. 'Ik heb niemand schade toegebracht'
3. 'Iedereen doet het'	6. 'Ik ben geen crimineel!'

4.2.1 'Ik wist van niets'

Allereerst kan de van fraude verdachte topondernemer de verwijtbaarheid ontkennen door te stellen dat hij zich van geen kwaad bewust is en niet op de hoogte was van de wetsovertreding. Ivancevich e.a. bestempelen deze strategie als de “doofus-defence”: the claim to not know anything about the accusation'.⁷¹ Machtige bedrijven en bestuurders beschikken over professionele PR-afdelingen die hen in hun standpunt kunnen ondersteunen: 'Yes, it is terrible, but here is why there is nothing my President could have done to stop it'.⁷² Men kan daarbij de zogenoemde 'tienduizend-meter-verdediging'⁷³ hanteren, die inhoudt dat de verdachte als bestuurder veel te ver van hetgeen zich op de werkvloer heeft afgespeeld zou staan en daar dan ook nauwelijks invloed op zou hebben kunnen uitoefenen.

Deze 'tienduizend-meter-verdediging' werd bijvoorbeeld toegepast door voormalig Ahold-topman Cees van der Hoeven. Van der Hoeven beriep zich in zijn verdediging in de Ahold-fraudezaak op onwetendheid. Dat zijn handtekening onder de verzwegen *side letters* stond, was volgens Van der Hoeven weinig zeggend: 'Ik weet niet hoeveel u tekent, maar ik tekende bij Ahold tientallen, soms wel honderd stukken op een dag', zo liet hij de rechter weten. Ook kardinaal Simonis voerde publiekelijk het 'onwetendheidsverweer' ten aanzien van de rol van de kerkelijke autoriteiten bij het misbruik in de katholieke kerk. Over dit misbruik zei Simonis in *Pauw & Witteman*: 'Wir haben es nicht gewußt. Het is een beladen term. Maar het is wel waar.'⁷⁴

⁷¹ Ivancevich e.a. 2008.

⁷² J. Braithwaite en P. Drahos, *Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy?* Londen: Earthscan Publications 2002.

⁷³ De Volkskrant 26 februari 2005.

⁷⁴ Trouw 25 maart 2010.

4.2.2 'Ik heb het niet alleen gedaan'

Een tweede manier om de verwijtbaarheid te ontkennen of af te zwakken, is het beschuldigen van andere partijen. Daarbij kan worden gedacht aan de toezichthouder, maar ook het slachtoffer kan de schuld krijgen. De schade die hem is toegebracht is in zekere zin diens verdiende loon.⁷⁵ Bernard Madoff stelde bijvoorbeeld⁷⁶ dat in zijn strafzaak de banken en toezichthouders allerm minst kunnen worden vrijgepleit. Volgens Madoff hadden er 'bellen moeten gaan rinkelen', waren de banken en hedgefondsen 'moedwillig blind' en waren de zogenaamde slachtoffers vooral 'hebberige investeerders' die twijfels moeten hebben gehad ten aanzien van de beloofde en uitgekeerde rendementen, maar het grote geld verkozen boven het stellen van kritische vragen.⁷⁷

Beursfraudeurs Nick Leeson (Barings Bank) en Jérôme Kerviel (Société Générale) wezen vooral op de rol die hun werkgevers speelden in de beleggingsfraude waarvan beide bankmedewerkers werden beschuldigd.⁷⁸ Volgens Kerviel profiteerden zijn superieuren, die hem nu beschuldigen, in de vorm van hoge bonussen maar al te graag van het geld dat Kerviel voor de bank verdiende. Kerviel vergelijkt de bank met een pooier, en stelt dat het gebrek aan kritische vragen werkt als een drug: 'als niemand je stopt, ga je door'. Door deze beeldspraken werd hij een aantrekkelijk object voor de media en dit stelde hem in de gelegenheid om uitgebreid zijn persoonlijke verhaal met het grote publiek te delen en hiermee twijfel te zaaien ten aanzien van zijn persoonlijke verwijtbaarheid.

4.2.3 'Iedereen doet het'

De derde publiciteitsstrategie binnen het cluster van strategieën waarmee de verwijtbaarheid wordt ontkend, ligt in het verlengde van het zojuist besproken verweer ('Ik heb het niet alleen gedaan'). Veel fraudeverdachten wijzen op de heersende cultuur binnen de gehele bedrijfssector waarin men actief is. Volgens deze verdachten is hun gedrag gemeengoed in hun omgeving, en kan de verdachte niet als enige worden bestraft.⁷⁹ De van fraude met loon- en omzetbelasting verdachte directeurs van

⁷⁵ Piquero e.a. 2005, p. 165; Sykes en Matza 1957; Levi 2006, p. 1042.

⁷⁶ S. Fishman, The Madoff Tapes, New York Times 27 februari 2011.

⁷⁷ Het Financieele Dagblad 11 april 2011; de Volkskrant 17 februari 2011; S. Fishman, The Madoff Tapes, New York Times 27 februari 2011.

⁷⁸ De Volkskrant 24 december 2010.

⁷⁹ Coleman 1987, p. 413; Piquero e.a. 2005, p. 164; Cressey 1971, p. 137; Benson 1998.

horecabedrijf Dudok verklaarden bijvoorbeeld hoe zij om te overleven wel fraudeleus móésten handelen.⁸⁰ In hun ogen was het zwart uitbetalen van personeel niet alleen gemeengoed in de horecabranche; zonder dit zwarte geld zou de Nederlandse horeca zelfs niet kunnen bestaan. Hiermee trokken de Dudok-directeuren de verwijtbaarheid van het door hen tentoongespreide gedrag in twijfel.

4.2.4 'Ik heb er recht op'

Een manier om de *ernst* van het gedrag te ontkennen, is het ontkennen van het slachtoffer en de schade door te claimen dat je recht hebt op hetgeen waarvan je wordt beschuldigd.⁸¹ Volgens de officieren van justitie in de vastgoedfraudezaak zijn de voornaamste slachtoffers het Philips Pensioenfonds en het Bouwfonds die, afgaande op de aanklacht, ieder miljoenen te veel betaalden/te weinig ontvingen voor omvangrijke vastgoedpakketten. Wanneer hoofdverdachte Jan van V. echter in een interview met *NRC Handelsblad*⁸² hieromtrent wordt bevraagd, stelt hij: 'Ik verdiende heel veel geld voor Bouwfonds. Miljoenen. En ik vond het logisch dat ik daar als ondernemer ook een deel van kreeg.' Bouwfonds is daarmee dus helemaal niet als slachtoffer te bestempelen. Het geld behoorde Van V. sowieso al toe, aldus de hoofdverdachte.

4.3.5 'Ik heb niemand schade toegebracht'

Een tweede vorm van het ontkennen van de ernst van het gepleegde delict doet zich voor wanneer witteboordencriminelen of andere participanten in het mediaoffensief van de verdediging publiekelijk de vraag opwerpen of er eigenlijk wel voldoende schade is geleden om een rechtszaak te rechtvaardigen. Met andere woorden: men ontkent de berokkende schade.⁸³

Wanneer een verslaggever van *Het Financieele Dagblad* aan vastgoedmagnaat Cor van Zadelhoff vraagt om een mening te vormen ten aanzien van de Ahold-fraude en de rol van hoofdverdachte en persoonlijke kennis Cees van der Hoeven daarbinnen, is zijn

⁸⁰ NRC Handelsblad 3 juni 2006.

⁸¹ R. Moore en E.C. McMullan, Neutralizations and Rationalizations of Digital Piracy: A Qualitative Analysis of University Students, *International Journal of Cyber Criminology* 2009, 3, p. 441-451; Coleman 1987, p. 414; G. Mars, Dock Pilferage: A Case Study in Occupational Theft, in: P. Rock en M. McIntosh (red.), *Deviance and Social Control*, Londen: Travistock 1974, p. 220-232, m.n. p. 224; L.R. Zeitlin, A Little Larceny Can Do A Lot for Company Morale, *Psychology Today* 1971, 14:22 passim, m.n. p. 22.

⁸² NRC Handelsblad 11 mei 2011

⁸³ Benson 1998; Sykes en Matza 1957; Coleman 1987, p. 411; G. Geis, The Heavy Electrical Equipment Cases of 1961, in: G. Geis en R.F. Meier (red.), *White Collar Crime*, New York: Free Press 1977, p. 117-132, m.n. p. 122.

antwoord: 'Ik ben geen jurist, maar wel of niet consolideren van dochterbedrijven, dat maakt voor de winst toch niks uit?'⁸⁴ De fraudezaak rond Bernard Madoff biedt een andere illustratie van het relativeren van een delict door de schade te ontkennen. Madoff stelt namelijk dat de schade die zijn slachtoffers hebben geleden als gevolg van zijn fraude (enigszins) wordt gecompenseerd door de hoge winsten die hij aanvankelijk op hun investeringen uitkeerde.⁸⁵ Madoff concludeert dan ook dat veel van zijn investeerders vanwege de heersende crisis uiteindelijk slechter af zouden zijn geweest wanneer ze hun geld elders zouden hebben geïnvesteerd. Ook Madoff neutraliseert hiermee de toegebrachte schade.

4.2.6 'Ik ben geen crimineel!'

De zesde en laatste publiciteitsstrategie heeft, net als de twee voorgaande, betrekking op het ontkennen van de ernst van het gepleegde delict: ook al heeft de ondernemer de wet overtreden, dit is niet zo erg dat een strafrechtelijke vervolging is aangewezen.⁸⁶ Een fraudeverdachte kan beamen dat hij weliswaar een wetsovertreding heeft begaan waarop begrijpelijkerwijs van overheidswege wordt gereageerd, maar om nu net te doen alsof hij een 'crimineel' is, dat gaat de veronderstelde wetsovertreder te ver.⁸⁷ In dit verband wordt door de overtredende ondernemers dikwijls gewezen op de agressieve en indringende wijze waarop justitie hen behandelt nadat ze als verdachte in een strafzaak zijn aangemerkt, waarmee deze zesde en laatste publiciteitsstrategie overeenkomsten vertoont met de neutralisatietechniek van het 'veroordelen van de veroordelaars': de fraudeverdachte verplaatst de aandacht van zijn eigen handelen, naar het verwerpelijke gedrag van de partij die hem beschuldigt.⁸⁸

Zo beklagde de van belastingontduiking beschuldigde ontwerper Jan des Bouvrie zich over de wijze waarop hij werd gearresteerd en over het feit dat hij het in bewaring 's avonds moest stellen met een eenvoudige magnetronmaaltijd: 'Rijst. En ik haat rijst.'⁸⁹ Ook de hoofdverdachte in de vastgoedfraudezaak, Jan van V., klaagde in de

⁸⁴ Het Financieele Dagblad 6 maart 2006.

⁸⁵ S. Fishman, *The Madoff Tapes*, New York Times 27 februari 2011.

⁸⁶ J.E. Conklin, *Illegal But Not Criminal. Business Crime in America*, Englewood Cliffs: Prentice Hall 1977; Benson 1998.

⁸⁷ Piquero e.a. 2005, p. 164; Benson 1998.

⁸⁸ Sykes en Matza 1957.

⁸⁹ De Volkskrant 12 maart 2010. Overigens kregen de verdachten, op één na, allen een lagere straf opgelegd dan door het OM was geëist. In tegenstelling tot de officieren bepaalde de rechtbank dat het Philips Pensioenfonds niet was opgelicht. Daarnaast benadrukte de rechter bijvoorbeeld dat niet uit het

media over de wijze waarop hij door justitie was behandeld: 'Alsof hij een terrorist was.' Door te vertellen hoe leden van het arrestatieteam hem tot in het toilet achtervolgden en zelfs aanwezig waren toen zijn twee jonge dochters zich aankleedden voor school, kan Van V. bij de lezer gevoelens van afkeuring hebben opgewekt die zich niet richten op zijn eigen handelen, maar op dat van de opsporingsinstantie.

5. Conclusie

Op 27 januari van dit jaar deed de rechter uitspraak in de strafzaak rond de hoofdverdachten in de vastgoedfraude. Alle elf verdachten werden door de Rechtbank Haarlem veroordeeld.⁹⁰ In de vastgoedfraudezaak deden officieren van justitie eerder opvallend moraliserende uitspraken 'voor de bühne', om de schadelijkheid van witteboordencriminaliteit aan de kaak te stellen. De 'voor en tegen' rubriek in het vorige nummer van *Tijdschrift voor Toezicht* (2011/4) bevatte een discussie tussen juristen over de wenselijkheid van dergelijke moralistische uitspraken. Dit artikel geeft hieraan vervolg vanuit criminologisch perspectief door de vraag te stellen op welke wijze de media berichten over witteboordencriminaliteit en hoe deze publiciteit de boodschap van de handhaver kan beïnvloeden. Deze vraag is beantwoord door een bespreking van theorieën en onderzoek over publiciteit over witteboordencriminaliteit, en toepassing daarvan op (actuele) fraudecases.

Allereerst is duidelijk geworden dat in het denken over generale preventie, het strafrecht de functie van 'morele educatie' wordt toegeschreven. Het strafrecht bestempelt gedrag niet als 'zomaar' een overtreding, maar als crimineel. Van strafrechtelijk ingrijpen zou daarom het signaal uitgaan dat het gedrag waarop wordt gereageerd slecht en schadelijk is, en in de tweede plaats dat de maatschappij dit gedrag afkeurt. Juist ten aanzien van witteboordencriminaliteit, dat wordt gekenmerkt door een grote mate van morele ambivalentie, wordt het van belang geacht dat het strafrecht de grens trekt tussen innovatief en creatief ondernemen enerzijds, en roekeloosheid ten koste van maatschappelijke belangen anderzijds.

oog mocht worden verloren dat '[hoofd]verdachte, volgens personen die daarover kunnen oordelen, Bouwfonds Vastgoed Ontwikkeling op de kaart heeft gezet en dit bedrijf onder zijn directeurschap is getransformeerd tot een winstgevende onderneming.'

⁹⁰ NRC Handelsblad 28 januari 2012.

Om deze boodschap aan het publiek over te brengen is een zekere mate van publiciteit cruciaal. Vanzelfsprekend hebben handhavers de wijze waarop media over fraudezaken berichten echter niet in de hand. Criminologisch onderzoek naar mediaberichtgeving over witteboordencriminaliteit laat zien dat witteboordencriminaliteit zeker nieuwswaardig is, maar dat de media niet noodzakelijkerwijs de boodschap van de handhaver overbrengen. We beschreven drie frames die in de mediaberichtgeving over fraude vaak voorkomen. Allereerst *'hoogmoed komt voor de val'*, waarbij de persoonlijke motieven van ondernemers met een hoge status om fraude te plegen centraal staan en waarin het daaropvolgende statusverlies breed wordt uitgemeten. In de tweede plaats het *'lifestyle'*-frame, waarin de nadruk ligt op het glamoureuze luxelevens van bekende ondernemers. Voor beide frames geldt dat de fraude wordt gepresenteerd als een individuele daad, waarbij minder aandacht is voor de faciliterende context en structurele oorzaken, en evenmin voor de schade en slachtoffers. Oftewel, dergelijke frames reproduceren bestaande beelden, in plaats van dat ze bijdragen aan het veranderen van normen of opvattingen over de dieperliggende oorzaken van witteboordencriminaliteit. In het derde mediaframe wordt de aandacht verplaatst van het schadelijke en verwijtbare ondernemersgedrag naar de gebrekkige regulering en het falend toezicht. Een falende toezichthouder kan voor de media nieuwswaardiger zijn dan een ondernemer wiens wetsovertreding dikwijls technisch en complex van aard is. Hierdoor wordt er soms minder stilgestaan bij het kwalijke karakter van de bestreden witteboordencriminaliteit en meer bij het optreden van de handhavende instantie waardoor wat bedoeld is als normstelling uiteindelijk als een boemerang kan terugkeren en het gezag van de handhaver kan aantasten.

De persoons- en handhavingsgerichte frames nodigen fraudeverdachten bovendien uit de door de handhaver verkondigde boodschappen persoonlijk recht te zetten. Ze ondergaan de publiciteit niet passief, maar bieden actief tegenspel. De publiciteitsstrategieën die van fraude verdachte ondernemers hanteren, hebben ofwel betrekking op het ontkennen van de verwijtbaarheid, ofwel op het ontkennen van de ernst van de begane wetsovertreding. Uit de internationale wetenschappelijke literatuur op dit terrein destilleerden we zes veelvoorkomende publicitaire verweren. Zo kunnen fraudeverdachten zich publiekelijk op onwetendheid beroepen, kunnen ze aanklaarten dat ze deel uitmaken van een complot waarin zij slechts een uitvoerende rol hebben vervuld en kunnen ze wijzen op de alledaagsheid van hun handelen in het licht van de

gebruikelijke gang van zaken in hun bedrijfssector. De ernst van het gepleegde delict wordt ontkend of geneutraliseerd door te stellen dat er geen of nauwelijks schade is toegebracht, dat men recht heeft op hetgeen waarvan men wordt beschuldigd en door publiekelijk kenbaar te maken dat strafrechtelijk ingrijpen niet in verhouding staat tot het niet-criminele karakter van hun handelen en de handhaver hiermee zijn boekje te buiten is gegaan.

We mogen er daarom niet zonder meer van uitgaan dat de morele educatie die in theorieën over het strafrecht wordt verwacht, ook daadwerkelijk plaatsvindt. Publiciteit rond strafrechtelijke vervolging van witteboordencriminaliteit draagt niet altijd bij aan percepties van schadelijkheid en verwerpelijkheid van witteboordencriminaliteit. Uit deze bijdrage wordt duidelijk dat mediaframes en het tegenspel van de fraudeverdachten de morele ambivalentie ten aanzien van witteboordencriminaliteit juist kunnen versterken. Mogelijkerwijs kan dit zelfs resulteren in meer begrip en steun voor *'creative compliance'* door het bedrijfsleven.

Dit betekent niet dat handhavers nog proactiever de media moeten opzoeken: het mediaoptreden voorafgaand aan de rechterlijke uitspraak is immers aan juridische beperkingen gebonden.⁹¹ Wel kan het nuttig zijn dat handhavers rekening houden met de hier beschreven inzichten over de werking van de media. In hun optreden zouden ze bijvoorbeeld kunnen trachten geen voeding te geven aan de mediabehoefte aan *infotainment*. Ook is het niet aan te bevelen 'op de man te spelen' of van de rechtszaak een persoonlijke tweestrijd maken, omdat men dan al snel in een ongelijke strijd terechtkomt. Beter kan men duidelijk maken welke schade is toegebracht aan slachtoffers of de belastingbetaler; verwoorden welke verwachtingen de maatschappij heeft ten aanzien van ethisch ondernemingsgedrag; of aangeven hoe binnen ondernemingen schadelijk gedrag zou kunnen worden voorkomen.

⁹¹ Overigens stond ook de Rechtbank Haarlem in haar vonnis in de vastgoedfraude- of Klimop-zaak stil bij de ruime media-aandacht rond de strafzaak. In de zaak tegen hoofdverdachte Jan van V. achtte de rechtbank het aannemelijk dat 'alle media-aandacht rondom zijn persoon en de daarin reeds verwerkte oordelen, een zware wissel hebben getrokken en nog steeds trekken op verdachte en zijn privéleven'. Omdat de media-aandacht voor de vastgoedfraudezaak volgens de rechtbank als 'een kennelijk onvermijdelijk en bovendien van een eigen dynamiek voorzien fenomeen' moet worden beschouwd, is daar niet ten voordele van de verdachten rekening mee gehouden. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de Clickfondszaak was er volgens de Haarlemse rechtbank dus geen sprake van een 'trial by media'.