

Wirtschaftsboykotte unter Generalverdacht

Unternehmensverantwortung und Boykott-Kampagnen gegen Israel

EDITORIAL

Die Zahl der israelischen Siedlungen in den besetzten Gebieten im Westjordanland und Ost-Jerusalem wächst und wächst. Die internationale Gemeinschaft verurteilt die Siedlungen als völkerrechtswidrig und sieht die israelische Siedlungspolitik als eines der Hindernisse für einen Friedensprozess im Nahen Osten.

Wo Politik und Diplomatie nicht mehr weiterkommen, rücken wirtschaftliche Druckmittel ins Gespräch. So achtet die EU darauf, dass keine EU-Fördermittel den Siedlungen zugutekommen und debattiert über eine Kennzeichnungspflicht für Produkte aus den Siedlungen. Neben der EU und einzelnen europäischen Ländern werden auch manche europäischen Firmen aktiv und verzichten auf Produkte aus den besetzten Gebieten bzw. brechen die Geschäftsbeziehungen zu dort tätigen Firmen ab.

Doch was bewegt Firmen dazu, mit Boykotten in die Politik einzugreifen? Wie glaubwürdig sind normative Selbstverpflichtungen von Unternehmen? Und setzen sie dabei dieselben Standards für alle Länder oder wird Israel nicht doch unverhältnismäßig kritisch beurteilt? Svenja Gertheiss und Klaus Dieter Wolf gehen den Fragen nach und setzen sich mit den verschiedenen Akteuren und ihren Motivationen auseinander.

Das tut not. Denn es gibt auch andere Boykottaufrufe, die sich nicht nur gegen Siedlungsprodukte richten, sondern gegen alle israelischen Produkte. Das gefährdet die Glaubwürdigkeit aller Boykottaufrufe und bringt sie in Verdacht, nur ein weiteres Ventil zu sein für Anti-Israelismus oder Antisemitismus, mehr oder weniger offen vorgebracht. *Karin Hammer*



Friedenshindernis Siedlungspolitik: Waren- und Unternehmensboykotte wollen ein deutliches Zeichen setzen. Immer mehr europäische Firmen und Handelsketten nehmen Produkte aus den israelischen Siedlungsgebieten aus ihren Regalen, Unternehmen brechen Geschäftsbeziehungen ab. Einige europäische Länder haben eine Kennzeichnungspflicht für Produkte aus den Siedlungen eingeführt.

Foto: picture alliance/landov

Svenja Gertheiss/Klaus Dieter Wolf

„It’s the economy, stupid!“ Dieser dem früheren amerikanischen Präsidenten Bill Clinton zugeschriebene Satz scheint Einzug in den israelisch-palästinensischen Konflikt gehalten zu haben. Wirtschaftlicher Druck, so die Hoffnung, soll richten, was politische Bemühungen derzeit nicht vermögen. Spätestens seit europäische Repräsentanten Israel mit wirtschaftlichen Konsequenzen für seine Politik drohen, ist die Rede von einem „Israelboykott“. In den vergangenen Jahren haben sich diverse Initiativen formiert, die vor allem die ökonomische Verwundbarkeit Israels nutzen wollen, um eine Änderung der Konfliktlage im Nahen Osten zu erreichen. Wenig überraschend fallen die Reaktionen auf ein solches Vorgehen denkbar gegensätzlich aus. Während die einen Verbindungslinien

zu der „Kauft nicht bei Juden“-Hasspropaganda der Nationalsozialisten ziehen, bejubeln andere solche Schritte als gewaltfreies Druckmittel zur Beendigung der Besetzung und zur Durchsetzung eines dauerhaften Friedens in Israel/Palästina.

Schon seit längerem beunruhigen wirtschaftliche Einbußen durch transnationale Boykottmaßnahmen und Investitionsrückzug israelische Unternehmer und andere Gruppen. Noch viel gravierender ist die in der israelischen Öffentlichkeit verbreitete Besorgnis, dass derartige Maßnahmen Ausdruck einer generellen Israelfeindlichkeit seien und durch sie das Existenzrecht Israels grundsätzlich in Frage gestellt würde. Diese Sichtweise wird von den Befürwortern der gegenwärtigen Siedlungspolitik durchaus geschürt, die damit die Siedlungspolitik aus der Schusslinie zu nehmen versuchen. Auch die innenpolitischen Folgen dieser

Pauschalierung sind nicht zu unterschätzen: Diejenigen israelischen Politiker, die der Siedlungspolitik kritisch gegenüberstehen und für eine baldige Verhandlungslösung mit den Palästinensern eintreten, sehen sich in Gefahr, mit fundamentalen Israelgegnern in einen Topf geworfen zu werden. Paradoxiert werden so ausgerechnet die Stimmen innerhalb der israelischen Debatte geschwächt, die einen Frieden durch Interessenausgleich anstreben. Was ist vor diesem Hintergrund von dem wirtschaftlichen Druck zu halten, den verschiedene Seiten auf Israel ausüben versuchen? Wir wollen im Folgenden einer Pauschalkritik an diesem Vorgehen durch eine differenzierende Betrachtung entgegentreten.

Sowohl von Befürwortern als auch Gegnern werden Maßnahmen – ob aus Unwissenheit oder durchaus gezielt – in einen Topf geworfen, die aus unserer Sicht deutlich voneinander unterschieden werden müssen: Dies gilt insbesondere für staatliche Schritte, vor allem seitens der Europäischen Union bzw. europäischer Regierungen, die etwa darauf abzielen, Produkte aus israelischen Siedlungen mit gesonderten Herkunftskennzeichnungen zu versehen. Sie werden kurzerhand mit der zivilgesellschaftlichen transnationalen Kampagne für Boykott, Desinvestitionen und Sanktionen (*Boycott, Divestment, and Sanctions*, BDS) gegen Israel gleichgesetzt. Gleiches widerfährt vor allem europäischen Unternehmen, die sich entschieden haben, ihre Wirtschaftsbeziehungen mit bestimmten israelischen Firmen, die direkt in die Siedlungstätigkeit involviert sind, zu beenden. Wir wollen im ersten Teil dieses Standpunkts zeigen, inwiefern sich die diversen zivilgesellschaftlichen, staatlichen und unternehmerischen Initiativen voneinander unterscheiden, insbesondere im Hinblick auf eine Friedenslösung. Während nämlich die Europäische Union und einige ihrer Mitgliedsstaaten sowie die sich zurückziehenden Unternehmen gezielt eine bestimmte israelische Politik – die Siedlungspolitik im Rahmen der Besetzung – ins Visier nehmen, die als ein Hindernis für die angestrebte Zwei-Staaten-Lösung gilt, sind die zivilgesellschaftlichen Initiativen weit weniger eindeutig. Insbesondere lässt sich hier der Vorwurf, die eigentliche Absicht bestünde in der Infragestellung des Existenzrechtes Israels, nicht ohne Weiteres entkräften.

Boykott, Desinvestitionen und Sanktionen (BDS) – Eine Initiative der palästinensischen Zivilgesellschaft

Im Juli 2005 startete ein Zusammenschluss von etwa 170 palästinensischen Nichtregierungsorganisationen einen weltweiten Boykott-, Investitionsrückzugs- und Sanktionsaufruf gegen Israel. Ziel dieser Initiative ist es, Israel dazu zu bewegen,

1. die Besetzung und Kolonisierung allen arabischen Landes zu beenden [...]
2. das Grundrecht der arabisch-palästinensischen Bürger Israels auf volle Gleichheit anzuerkennen, und
3. das Recht der palästinensischen Flüchtlinge auf Rückkehr zu ihren Häusern und ihrem Besitz – wie in der UN Resolution 194 gefordert – zu respektieren, zu schützen und zu fördern.

Die transnationale Kampagne, die sich aus diesem Aufruf entwickelte, fand insbesondere in Europa und Kanada Widerhall. Es gibt aber auch einzelne Unterstützer in Israel und Zuspruch durch jüdische Organisationen in der Diaspora. Die BDS-Bewegung ist allerdings selbst keineswegs homogen. Teile der Initiative richten ihre Aktivitäten allein gegen Institutionen, die in die Siedlungstätigkeit in der Westbank und in Ost-Jerusalem involviert sind, während andere alle israelischen Einrichtungen zum Ziel haben. Von offizieller palästinensischer Seite erhält die Bewegung bislang keine Unterstützung;¹ auch die palästinensische Regierung fokussiert allein auf gezielte Maßnahmen gegen die Siedlungspolitik. So wurde der Verkauf von rund 500 Produkten, die in Siedlungen hergestellt werden, im Mai 2010 durch die Palästinensische Autonomiebehörde verboten. Letztere befürwortet auch die europäischen Initiativen zur Produktkennzeichnung, hält aber insgesamt an den bestehenden Wirtschaftsabkommen mit Israel fest, so dass von einem umfassenden Boykott keine Rede sein kann.

Im zweiten Teil konzentrieren wir den Blick auf die Maßnahmen europäischer Unternehmen. Ihnen kommt in der politischen Debatte sowohl in Israel als auch in Europa auf Grund der engen Verflechtungen der israelischen Wirtschaft mit der Weltwirtschaft besondere Bedeutung zu. Dabei nehmen wir das Verhalten dieser Unternehmen vor Vorwürfen in Schutz, die es pauschal als Teil einer Israel-spezifischen Delegitimierungskampagne bloßzustellen versuchen. Hierfür greifen wir auf die breitere Debatte über verantwortliches Unternehmenshandeln zurück, die unter dem Stichwort *Corporate Social Responsibility* (CSR) geführt wird. Damit soll gezeigt werden, dass Unternehmen in einem wirtschaftlichen, politischen und zivilgesellschaftlichen Umfeld agieren, dessen vielfältige Herausforderungen sie unter bestimmten Voraussetzungen dazu bewegen, sich normative Selbstverpflichtungen aufzuerlegen. Für eine Konfliktlösung in Nahost bedarf es letztlich entsprechender Entscheidungen durch die Politik. Unternehmerische Maßnahmen können diese begleiten, aber keinesfalls ersetzen.

Wirrwarr „Israelboykott“: Von umfassend bis selektiv

Trotz der erneuten Welle der Gewalt im Sommer 2014 und dem vorangegangenen Scheitern der Obama-Regierung, den Friedensprozess im Nahen Osten wiederzubeleben, hüten sich alle Beteiligten nach wie vor, das endgültige Ende des bisherigen Konfliktlösungsansatzes zu erklären. Dagegen formieren sich bereits seit einigen Jahren vornehmlich zivilgesellschaftliche Akteure, die Alternativen zu bilateralen Verhandlungen sehen und mitunter auch das Ziel der Zweistaaten-Lösung in Frage stellen. So hat sich die transnationale BDS-Kampagne gegen Israel zum Ziel gesetzt, die Besetzung zu beenden, gleiche Rechte für Palästinenser innerhalb Israels zu erwirken sowie ein umfassendes Recht auf Rückkehr der palästinensischen Flüchtlinge durchzusetzen (zu Geschichte und Inhalten der BDS-Bewegung siehe Kasten). Insbesondere letzteres ruft die Befürchtung hervor, die eigentliche Agenda der Boykott-Bewegung sei keineswegs von menschenrechtlichen

Überzeugungen geleitet, sondern ziele auf die Zerstörung des jüdischen Staates ‚durch die Hintertür‘ ab, namentlich durch demographische Veränderungen zugunsten des arabischen Bevölkerungsanteils in Israel. Bei einer Rückkehr hunderttausender palästinensischer Flüchtlinge bzw. ihrer Nachfahren nach Israel wäre die jüdische Bevölkerung binnen kurzer Zeit eine Minderheit im Land. Der Traum eines jüdischen und demokratischen Staates wäre damit Geschichte – und auch eine Konfliktlösung, die auf die wechselseitige Anerkennung beider Nationalbewegungen in souveräner Selbstbestimmung setzt. Neben ihren Zielen stößt auch der umfassende Boykott-Aufruf der Initiative auf berechtigte Kritik: Quasi alle israelischen Institutionen – ob Universitäten, Unternehmen oder Künstlergruppen sowie deren internationale Partner – gelten als legitimes Ziel von BDS-Maßnahmen. Dies gilt wohlgerne auch für Palästinenser, die in Kooperationsprojekten mit israelischen Einrichtungen tätig sind.

Im (ungastlichen) Schatten der BDS-Bewegung findet sich jedoch noch ein zweites Bündel an Initiativen, die sich ungeachtet ihrer sonstigen Unterschiede allesamt unter der Überschrift ‚gezielte Maßnahmen‘ fassen lassen. Dabei handelt es sich sowohl um solche, die von Staaten und internationalen Organisationen ausgehen, als auch um solche von Unternehmen, die sich aus bestimmten Geschäftsbeziehungen mit israelischen Partnern zurückziehen. Die Maßnahmen zielen auf israelische Wirtschaftsaktivitäten im Westjordanland und Ost-Jerusalem ab, nicht aber auf solche, die innerhalb der sogenannten Grünen Linie – der Waffenstillstandslinie von 1949 – stattfinden. Die Gebiete jenseits dieser Linie gelten international als seit 1967 durch Israel völkerrechtswidrig besetzt. Im Gegensatz zur israelischen Regierung teilen alle europäischen Staaten sowie die Europäische Union (EU) diese Rechtsauffassung, die sich in jüngster Zeit vermehrt auch im Außenhandel und seiner staatlichen Regulierung niederschlägt.

Beispielsweise hat die Europäische Kommission Richtlinien erlassen, denen zufolge EU-Gelder nicht an Firmen oder andere Empfänger vergeben werden dürfen, die in den besetzten Gebieten tätig sind. Darüber hinaus kursieren Pläne, eine spezielle Herkunftskennzeichnung für Importgüter einzuführen, so dass Waren aus den

Siedlungen nicht länger als ‚made in Israel‘ deklariert werden dürfen.² Die israelische Siedlungspolitik wird von der europäischen Öffentlichkeit mehrheitlich abgelehnt.³ Daher erscheint die Annahme durchaus plausibel, dass europäische Konsumenten kaum noch Siedlungsprodukte kaufen würden, wenn sie einen eindeutigen Herkunftsnachweis auf einem Produkt finden würden. Einige Staaten gehen mit entsprechenden nationalen Regelungen zur Kennzeichnung von Produkten bereits voran, etwa Dänemark und das Vereinigte Königreich. Auch in Schweden, Finnland und den Beneluxstaaten wird derzeit deren Einführung erwogen. Deutschland lehnt hingegen aus naheliegenden Gründen einen nationalen Alleingang strikt ab und folgt lediglich Entscheidungen der EU.

Änderungen in den Geschäftspraktiken europäischer Unternehmen

Vor diesem Hintergrund einer mehr oder weniger einhelligen Ablehnung der israelischen Siedlungspolitik innerhalb Europas wurden auch einige europäische Firmen aktiv. Dabei lässt sich vom Einzelhandel über Banken bis zu Pensionsfonds ein durchgängiges Muster ausmachen: Diese Unternehmen haben ihre Geschäftsbeziehungen zu israelischen Partnern beendet, die in den besetzten Gebieten operieren oder den Siedlungsbau unterstützen, sie lehnen die Zusammenarbeit mit israelischen Firmen aber nicht grundsätzlich ab. So zog beispielsweise der niederländische Pensionsfonds PGGM zum Januar 2014 seine Investitionen aus fünf israelischen Banken zurück, darunter aus den Schwergewichten Hapoalim und Leumi. Nach Jahren des Dialogs zwischen den Akteuren war klar geworden, dass die israelischen Partner auf Grund der herrschenden Gesetzeslage nicht pauschal einer bestimmten Gruppe von Bürgern oder Firmen ihre Leistungen verweigern können. Daraufhin entschied sich PGGM, die Geschäftsbeziehungen zu beenden. Auch die größte dänische Bank, Danske, setzte Hapoalim auf ihre „Schwarze Liste“. Ende des Jahres 2013 ließ die niederländische Wasserfirma Vitens einen Vertrag mit dem israelischen Monopolisten Mekorot platzen, der auch für die Wasserversorgung der is-

Zweierlei Maß?

I am afraid that I cannot agree with your concerns about EU labeling of settlement produce [...] The settlements are illegal under international law, an obstacle to peace.

William Hague, Außenminister Großbritannien

<http://bit.ly/1mM5bLW> (25.7.14)

From the well over one hundred territorial disputes in the world, the European Union has mandated the creation of a clause in every agreement denying European funding to, and cooperation with, institutions from only one nation involved in a territorial dispute: Israel. It has not placed similar criteria on Turkey, Morocco, China, or any other nation involved in a territorial dispute.

Moshe Kantor, Präsident des European Jewish Congress

<http://bit.ly/1mM4WjV> (25.7.14)

raelischen Siedlungen im Westjordanland zuständig ist. Gerade die extrem ungleiche und diskriminierende Verteilung von Wasser zwischen Palästinensern und Israelis ist sowohl ein kontinuierlicher Kritikpunkt von Menschenrechtlern als auch ein zentraler Streitpunkt zwischen den Konfliktparteien in allen Friedensverhandlungen. Ähnliche Veränderungen in den Handelsbeziehungen lassen sich in der Lebensmittelbranche beobachten. Die britische Kaufhauskette Marks & Spencer sowie die Co-operative Gruppe führen keine Siedlungsprodukte mehr. Auch die deutschen Einzelhandelsketten Kaufland und Kaiser's Tengelmann haben entsprechende Waren aus ihrem Sortiment genommen und verpflichten ihre Zulieferer zu ebensolchen Schritten.

Dabei unterscheiden sich die Firmen deutlich in der öffentlichen Begründung ihrer Entscheidungen. Keine der Firmen verweist auf den Boykott-Aufruf durch die BDS-Bewegung, aber darüber hinaus fallen die Begründungen in zwei unterschiedliche Kategorien: Während einige Unternehmen, etwa PGGM oder Danske Bank, explizit auf die in ihren firmeninternen Verhaltenskodizes festgehaltenen normativen Selbstverpflichtungen verweisen, die eine Befolgung des Völkerrechts sowie Konfliktsensibilität vorschreiben, führen andere allein Kosten-Nutzen-Erwägungen an. Die genannten deutschen Supermarkt-Ketten betonen beispielsweise, dass ihre Entscheidungen rein wirtschaftlicher und nicht politischer Natur seien. Einige Unternehmen scheinen hin und her gerissen, was sich etwa darin zeigt, dass sie Presseberichte über ihre geänderten Geschäftspraktiken zurückweisen (siehe Kasten).

Israelische (Fehl-)Einschätzungen: Alter Wein in neuen Schläuchen

Ungeachtet solcher Verlautbarungen zeigen sich sowohl israelische Unternehmen als auch Politiker hochgradig alarmiert durch die unübersehbaren Veränderungen bei den Investitions- und Geschäftsbeziehungen. Die Europäische Union ist Israels wichtigster Handelspartner. Das Gesamtvolumen des Warenverkehrs belief sich 2013 auf ca. 29,4 Milliarden Euro. Davon

Europäische Unternehmen im Ringen um die richtige Reputation

Eine Reihe von Unternehmen, denen in der öffentlichen Berichterstattung ein Boykott israelischer Siedlungsprodukte nachgesagt wurde, sahen ihre Geschäftspraktiken dabei nicht korrekt dargestellt. Insbesondere deutsche Firmen legten Wert darauf, nicht fälschlicherweise mit israelfeindlichen politischen Erwägungen in Verbindung gebracht zu werden. Sowohl die Discounter-Kette Aldi als auch ihr Konkurrent Lidl reagierten daher prompt, als entsprechende Meldungen die Runde machten. So sah sich nach einem Gerücht über einen Boykott israelischer Siedlungsprodukte durch niederländische Aldi-Filialen die deutsche Konzernzentrale zu einer Richtigstellung veranlasst:

„Bei Aldi Holland, also auch international, ist keineswegs die Rede von einem Boykott von Produkten aus Israel. Aldi nimmt keine politische oder religiöse Stellungnahme vor. Eine allgemeine Vorgehensweise zu Produkten aus den israelischen Niederlassungen auf der Westbank und dem Golan-Gebiet gibt es aus diesem Grund bei uns nicht. [...] Den Kauf von Artikeln beurteilen wir einzig nach Kriterien wie Qualität, Preis und Verfügbarkeit.“⁴

Auch Lidl, über deren Boykott-Entscheidung die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung berichtet hatte, dementierte umgehend:

„Lidl Deutschland distanziert sich in aller Entschiedenheit von der laufenden Berichterstattung. Fakt ist, dass für Lidl Deutschland beim Einkauf der Produkte eine politische Parteinahme in keiner Weise relevant ist. Wir stützen uns bei Einkaufsentscheidungen einzig und allein auf die Kompetenz der Erzeuger und die Qualität ihrer Produkte.“⁵

entfallen ca. 12,5 Milliarden Euro auf israelische Exporte in die EU.⁶ Zwar stammen nach Schätzungen des Europäischen Parlaments und von Nichtregierungsorganisationen nur etwa zwei Prozent davon direkt aus den Siedlungen, allerdings dürfte die Wirtschaftsleistung von Unternehmen, die sowohl im israelischen Kernland als auch in den Siedlungen operieren, weitaus höher liegen.⁷ Gleichzeitig sind in den Fabriken und Siedlungen im Westjordanland jedoch auch tausende Palästinenser beschäftigt, deren Gehälter deutlich über dem in den palästinensischen Gebieten durchschnittlichen Verdienst liegen (aber unterhalb des im israelischen „Kernland“ üblichen).

Während die möglichen volkswirtschaftlichen Konsequenzen von israelischer Seite gern heruntergespielt werden, um sich gegenüber diesem Druckmittel möglichst unbeeindruckt zu zeigen, wird der Vorwurf des Doppelstandards umso lauter vorgetragen; die Europäer, so die Wahrnehmung, legten zweierlei Maß an Israel und ihre anderen Geschäftspartner an. Daniel Birnbaum, CEO von SodaStream – ein Unternehmen, das bereits mehrfach im Fokus von zivilgesellschaftlichen Kampagnen stand, da es eine Fabrik in der israelischen Siedlung

Maale Adumim unterhält – bemerkte in diesem Zusammenhang lakonisch: „Märkte wie Schweden, Finnland, Dänemark und Norwegen erhalten nur noch Waren, die außerhalb dieser (umstrittenen) Fabrik produziert wurden, im Mutterland der Menschenrechte – China.“ Als die eigentlichen Ursachen für die Maßnahmen gegen israelische Firmen stehen damit einmal mehr Antisemitismus und althergebrachte Israelfeindschaft im Raum. Dererlei Statements und Einschätzungen führen dazu, dass in der inner-israelischen Debatte differenzierende Sympathiebekundungen für die gezielten Maßnahmen der EU und europäischer Unternehmen in einer weit weniger differenzierenden öffentlichen Auseinandersetzung verstummen. Und selbst die selektiven Initiativen werden so aus Mangel an Widerspruch zur Bestätigung lang gehegter Urängste, namentlich der Abkehr der internationalen Gemeinschaft vom Schicksal des jüdischen Staates und der Widerrückung seines Existenzrechts.

Doch sind die hier exemplarisch herangezogenen Unternehmensentscheidungen keineswegs als einseitig gegen Israel gerichtet oder als Nachweis einer neuerlichen „Sonderbehandlung“ Israels zu interpretieren.

tieren, wie ihnen dies von ihren Kritikern mitunter vorgeworfen wird. Indem sie sich auf die Verhaltensstandards einlassen, die sich weltweit als Ausdruck von *Corporate Social Responsibility* zu etablieren begonnen haben, gehen Unternehmen Selbstverpflichtungen ein, deren Regeln grundsätzlich über alle Geschäftsbereiche hinweg anzuwenden sind und eben nicht nur selektiv gegenüber einzelnen Partnern. Aus menschenrechtlichen Bedenken oder weil die entsprechenden Unternehmen in die Produktion und den Vertrieb von Waffen involviert sind, schließt beispielsweise PGGM über 120 Firmen von Investitionen aus. Diese sind in einer Vielzahl von Staaten beheimatet, etwa in China, Italien, Indien, den USA oder Südkorea. Israel ist damit längst nicht das einzige Ziel gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensverhaltens.

Die Entwicklung hin zur Anerkennung dieser Verantwortung ist zunächst einmal begrüßenswert. Dennoch kommt der Verdacht von ungleichen Maßstäben nicht von ungefähr. Er wird nicht zuletzt durch den Mangel an Konsistenz bei der praktischen Umsetzung von CSR hervorgerufen. Der Hinweis auf den umfassenden und nicht-diskriminierenden Geltungsanspruch unternehmerischer Verhaltensstandards allein reicht nämlich nicht aus, um den Verdacht der Unverhältnismäßigkeit im Handeln gegenüber Israel zu beseitigen. Denn zwischen Anspruch und Wirklichkeit, d.h. zwischen den Unternehmensrichtlinien und ihrer tatsächlichen flächendeckenden Umsetzung im operativen Geschäft, klafft in aller Regel eine beträchtliche Lücke. Darunter leidet die Glaubwürdigkeit unternehmerischen Handelns. Die Forschung über verantwortliches Unternehmenshandeln in den internationalen Beziehungen kann jedoch Erkennt-

nisse liefern, wie sich diese Inkonsistenz erklären lässt.

Verantwortliches Unternehmenshandeln – genereller Trend oder Israel-spezifisch?

Seit den 1990er Jahren haben Unternehmen begonnen, ihre angestammten Rollen und Verantwortungsbereiche zu hinterfragen. Dafür gibt es mehrere Gründe: Kampagnen von zivilgesellschaftlichen Organisationen trugen ebenso dazu bei wie Initiativen der Vereinten Nationen, wie etwa der von Kofi Annan 2000 ins Leben gerufene *Global Compact* oder das von dessen Sonderbeauftragten John Ruggie 2008 entwickelte *Protect, Respect and Remedy Framework*. Gemeinsames Ziel dieser Initiativen war und ist es, Firmen auch bei der Wahrnehmung ihres Kerngeschäfts verstärkt auf Gemeinwohlziele zu verpflichten. Rückenwind erhielten sie dabei aus einer eher unvermuteten Richtung: Durch das Aufkommen des *New Public Management* sind zahlreiche neue Formate politischer Steuerung entstanden. Sie umfassen unter anderem sogenannte Multi-Stakeholder-Initiativen, aber auch rein private Selbstregulierungsansätze, in denen Wirtschaftsakteure sich ohne direkte öffentliche Beteiligung selbst regulieren und staatliche Aufgaben übernehmen.

Heute existieren unzählige Verhaltenskodizes sowohl auf Unternehmensebene als auch solche, die ganze Industrien auf *Corporate Social Responsibility* verpflichten oder sogar branchenübergreifend ausgerichtet sind. Diese Richtlinien decken ein breites Spektrum von Politikfeldern wie Menschenrechtsschutz, Arbeits- und Sozialstandards, Umweltschutz oder Korruptionsbe-

Zum Weiterlesen

Coni-Zimmer, Melanie 2012: Zivilgesellschaftliche Kritik und Corporate Social Responsibility als unternehmerische Legitimitätspolitik, in: Leviathan, Sonderband 27, S. 319-336.

Deitelhoff, Nicole/Wolf, Klaus Dieter 2013: Business and Human Rights: How Corporate Norm Violators become Norm-entrepreneurs, in: Thomas Risse/Stephen Ropp/Kathryn Sikkink (Hrsg.): The Persistent Power of Human Rights: From Commitment to Compliance, Cambridge, S. 222-238.

Deitelhoff, Nicole/Wolf, Klaus Dieter 2011: Business in Zones of Conflict: an Emergent Corporate Security Responsibility?, in: Voiculescu, Aurora/Yanacopulos Helen (Hrsg.): The Business of Human Rights - a rights-based approach to corporate responsibility, London/New York, S. 166-187.

Flohr, Annegret/Rieth, Lothar/Schwindenhammer, Sandra/Wolf, Klaus Dieter 2010: The Role of Business in Global Governance. Corporations as Norm-entrepreneurs, Houndmills.

Doh, Jonathan P. 2008: Between Confrontation and Cooperation: Corporate Citizenship and NGOs, in: Scherer, Andreas/Palazzo, Guido (Hrsg.): Handbook of Research on Global Corporate Citizenship, Cheltenham: Edward Elgar, S. 273-292.

Ruggie, John G. 2013: Just Business. Multinational Corporations and Human Rights, New York/London.

Schneider, Andreas/Schmidpeter, René (Hrsg.) 2012: Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin: Springer Gabler.

Der niederländische Pensionsfonds PGGM setzt ein deutliches Zeichen gegen die israelische Siedlungspolitik

PGGM recently decided to no longer invest in five Israeli banks [...]. For several years PGGM has been in dialogue with these banks. The reason for this engagement was their involvement in financing Israeli settlements in the occupied Palestinian territories. This was a concern, as the settlements in the Palestinian territories are considered illegal under international humanitarian law. Moreover, international observers have indicated that the settlements constitute an important obstacle to a peaceful (two-state) solution of the Israeli-Palestinian conflict.

(PGGM Presseerklärung, 8. Januar 2014).

Quelle: <http://bit.ly/1pDGVRB> (19.8.14)

kämpfung ab. Mit mehr als 7000 beteiligten Unternehmen aus 145 Ländern ist der bereits erwähnte *Global Compact* der Vereinten Nationen die weltweit größte branchenübergreifende CSR-Initiative. Zwar gibt es durchaus unterschiedliche Vorstellungen darüber, was genau unter *Corporate Social Responsibility* oder *Corporate Citizenship* zu verstehen ist, aber diese Konzepte weisen alle in dieselbe Richtung: die Verantwortung der Wirtschaft im Verhältnis zu Staat und Gesellschaft angesichts von Staats- und Marktversagen neu zu definieren.

Offensichtlich setzen aber nicht alle Unternehmen zu allen Zeitpunkten und an allen Standorten ihre ökologischen, sozialen oder menschenrechtlichen Selbstverpflichtungen auch in die Tat um. Die Forschung identifiziert eine Reihe von Gründen sowohl dafür, warum sich Unternehmen überhaupt auf CSR einlassen, als auch für die Selektivität und vermeintliche Inkonsistenz bei der Umsetzung (siehe Literaturempfehlungen in der Randspalte S. 5). Vor allem möchten Unternehmen Reputationskosten vermeiden, die durch zivilgesellschaftliche Kampagnen erzeugt werden können. Seit den 1990er Jahren wurden unzählige Firmen für eigenes Fehlverhalten oder das ihrer Geschäftspartner gebrandmarkt. Unter den bekanntesten Kampagnen waren etwa die gegen Shell auf Grund von Menschenrechtsverstößen in Nigeria, gegen Nike wegen der Ausbeutung in seinen Produktionsbetrieben oder gegen Coca-Cola auf Grund von Misshandlungen und dem Verschwinden von Gewerkschaftern in Lateinamerika. Die ‚Foulball‘-Kampagne richtete sich gegen Kinderarbeit in der Sportartikelindustrie. Die Bewegung gegen ‚Blutdiamanten‘ machte unter anderem De Beers, den weltweit führenden Diamantenhändler, für Gewaltkonflikte in Angola, Sierra Leone und der Demokratischen Republik Kongo mitverantwortlich. Die Anerkennung einer größeren eigenen Verantwortung für das Gemeinwohl ist also insoweit von außen bedingt, als sich Unternehmen den gestiegenen Erwartungen ihres politischen und gesellschaftlichen Umfelds stellen müssen.

Neben der Furcht vor geschäftsschädigendem Reputationsverlust ist aber auch die in der Kultur vieler Unternehmen verankerte Überzeugung nicht zu unterschätzen, dass das Streben nach Gewinn sich

innerhalb eines bestimmten Rahmens zu bewegen hat, der etwa die Beteiligung oder Mitverantwortung an schweren Verstößen z.B. gegen die Menschenrechte ausschließt.

Aus dem Zusammenspiel interner und externer Faktoren resultiert eine komplexere Marktrationalität, in der auch mögliche Reputationskosten bereits einkalkuliert sind. Unter bestimmten Bedingungen ist ‚Gutes tun‘ die womöglich rationalste Strategie, um das Risiko einer Negativkampagne zu vermeiden. Nach und nach kann ein solches zweckorientiertes Reputationsmanagement aber durchaus zum Selbstläufer werden und schließlich sogar das Selbstverständnis eines Unternehmens in Bezug auf die Art von angemessenem Verhalten verändern, mit dem es öffentlich in Verbindung gebracht werden möchte. Unternehmen müssen an möglichst guten Beziehungen zu Konsumenten oder Investoren interessiert sein, deren Erwartungen wiederum von zivilgesellschaftlichen Aktivisten beeinflusst sein können. In aller Regel streben sie danach, moralische Motive mit geschäftlichen Interessen in Übereinstimmung zu bringen. Sie verhalten sich umso wahrscheinlicher dann im Einklang mit ihren normativen Selbstverpflichtungen, wenn dies auch eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung nahelegt.

Was auf den ersten Blick als inkonsistentes – oder gegenüber Israel unverhältnismäßiges – Unternehmensverhalten erscheinen mag, ist Ergebnis von unterschiedlichen Kosten-Nutzen-Rechnungen. Reputationsrisiken können unter bestimmten Umständen die Oberhand gewinnen, in anderen Konstellationen jedoch im Vergleich zu ‚härteren‘ Faktoren, etwa der Abhängigkeit von bestimmten Geschäftspartnern, als weniger gewichtig beurteilt werden. Weder die vermehrte Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme selbst, noch die Gründe für deren selektive Umsetzung sind also Israel-spezifisch im Sinne einer besonderen Kritikbereitschaft europäischer Unternehmen gegenüber israelischem ‚Fehlverhalten‘. Aber sie führen in der Tat dazu, dass auch im Rahmen der Beziehungen mit Israel Unternehmen versuchen, sich als *good corporate citizens* zu profilieren. Der Umgang mit Siedlungserzeugnissen sollte als ein ‚normaler‘ Schritt jener betrachtet werden, Reputationsrisiken zu managen. Dies erfahren auch

Firmen und Branchen in anderen Regionen, wenn die genannten Bedingungen zutreffen.

Nun sieht sich eben auch Israel nach Jahren der Kritik (unter anderem) durch Menschenrechtsaktivisten mit dem zunehmenden Widerwillen von Unternehmen konfrontiert, mit bestimmten Partnern – namentlich solchen, die in den besetzten Gebieten operieren – Geschäfte zu machen. Vor dem Hintergrund des beschriebenen generellen Trends sind Beziehungen zu israelischen Firmen zum Gegenstand der CSR-Politik von Unternehmen geworden, jedoch keinesfalls zum einzigen und nicht einmal zu einem besonders herausgehobenen.

Ein gezieltes Zeichen durch verantwortliches Unternehmenshandeln...

Die guten Wirtschaftsbeziehungen zwischen Israel und Europa zeigen, dass nicht die Kooperation mit israelischen Firmen als solchen bereits ein relevantes Risiko für europäische Unternehmen darstellt. Allerdings verurteilen Politik und öffentliche Meinung in Europa die israelische Siedlungspolitik als ein Hindernis für den Frieden und als völkerrechtswidrig. Diese Beurteilung wird auch eine noch so ausgefeilte israelische PR-Kampagne nicht ändern können, die die Bedeutung der Siedlungen für die Lösung des Konflikts herunterzuspielen versucht. Damit ist es für Unternehmen kein Reputationsrisiko, mit dem Staat Israel als solchem in Verbindung gebracht zu werden, wohl aber mit der israelischen Siedlungstätigkeit.

Vor diesem Hintergrund sollte die israelische Politik die Reaktionen aus der Wirtschaft ernst nehmen, statt sie pauschal als antisemitisch zu brandmarken oder unter Verweis auf ihren begrenzten Einfluss auf die israelische Volkswirtschaft insgesamt zu bagatellisieren. Das unternehmerische Vorgehen ist allein auf die Siedlungspolitik fokussiert, da diese aus wirtschaftlicher Perspektive den relevanten (potentiellen) Kostenfaktor darstellt: eine verbindliche EU-Regulierung zur Kennzeichnung von Siedlungsprodukten etwa würde Handelsbeziehungen zu Siedlerfirmen publik machen und könnte so gezielten Kampagnen

gegen einzelne Unternehmen Vorschub leisten. Zumindest diejenigen Unternehmen, die nicht allein wirtschaftliche Gründe für ihre Entscheidungen anführen, scheinen außerdem die europäische Interpretation des Völkerrechts verinnerlicht zu haben, die Besetzung und Siedlungsbau illegalisiert, nicht aber den Staat Israel als solchen ablehnt. Die Gleichsetzung unternehmerischer Maßnahmen mit der breiteren BDS-Bewegung mag zwar in der inner-israelischen Auseinandersetzung einen strategischen Zweck erfüllen, sie ist aber weder analytisch korrekt noch der Problemlösung dienlich. Als erster Schritt tut daher eine Differenzierung der Debatte Not. Das Unternehmenshandeln folgt seiner eigenen Logik, die durch die beschriebene komplexe Marktionalität und nicht durch anti-israelische Ressentiments bestimmt wird. Noch sind die unternehmerischen Maßnahmen begrenzt, sie könnten aber zunehmen, wenn die Besetzung fortgeführt wird und keine ernsthaften Bemühungen um eine Lösung des israelisch-palästinensischen Konflikts stattfinden.

... aber kein Ersatz für Politik

Vor diesem Hintergrund können gezielte – und nur solche – Maßnahmen gegen israelische Unternehmen, die in bzw. aus den Siedlungen im Westjordanland operieren, durchaus ein Zeichen für das Bekenntnis der transnationalen Gemeinschaft zur Zwei-Staaten-Lösung setzen. Bisherige Forschungsergebnisse zur Wirksamkeit von Sanktionen im Allgemeinen deuten darauf hin, dass solch deutliche Signale durchaus dazu beitragen können, die Verhandlungsbereitschaft des Adressaten zu erhöhen.

Dagegen ist nicht zu erwarten, dass durch unternehmerische Maßnahmen ein zeitnaher Politikwechsel erzwungen werden kann, vor allem dann nicht, wenn ihnen glaubhaft Verbindungen zu den fragwürdigen Zielsetzungen zivilgesellschaftlicher Kampagnen vorgeworfen werden können.

Vielmehr müssen Bedenken von israelischer Seite bezüglich einer transnationalen Delegitimierungskampagne gegen den Staat Israel als Ganzes ernst genommen werden. Doch nicht nur aus ethischen Gründen sind weitreichendere Boykott-Maßnahmen abzulehnen. Auch pragmatische Gründe sprechen dagegen: Da etwa die BDS-Bewegung (zumindest in Teilen) lang gehegte, existentielle Ängste der israelischen Bevölkerung ignoriert und damit zugleich befeuert, konterkariert sie das Ziel, echten Frieden im Sinne von Verständigung und Versöhnung zu befördern.

Eine Differenzierung der Debatte, die die entsprechenden Initiativen und ihren politischen Kontext klar voneinander unterscheidet, ist also Grundvoraussetzung für die Wirksamkeit von unternehmerischen Maßnahmen. Sie verhindert, dass letztere mit einer Infragestellung des Existenzrechts Israels gleichgesetzt und damit entwertet werden. Dabei können Unternehmen selbst dazu beitragen, eine solche Differenzierung zu befördern, indem sie in Wort und Tat Distanz zu umfassenderen Boykotten wahren und eigene Verhaltensstandards konsequent in ihrem gesamten Geschäftsbereich umsetzen.

So sollten europäische Unternehmen erstens weiterhin davon absehen, ohne differenzierende Klarstellungen die BDS-Bewegung zu unterstützen, und sich explizit von denjenigen distanzieren, die das Existenzrecht des Staates Israel in Frage stellen. Ein-



Zwiebelernte in Tomer, einer israelischen Siedlung im Jordantal. Das Einkommen der Siedler im Jordantal sank 2013 um 15%. Europäische Supermarktketten hatten die Produkte israelischer Siedlungen aus ihren Regalen genommen. Im Jordantal betraf der Boykott neben Zwiebeln auch den Absatz von Trauben, Dateln und Paprika.

Foto und Quelle: picture alliance/
AP Photo

Anmerkungen

- 1 *Kuttab, Daoud* 2013: At Mandela funeral, Abbas says he opposes boycott of Israel, 13.12.2013, <http://bit.ly/1csEpTO> (11.6.14).
- 2 *European Parliament* 2013: Reply to Parliamentary Questions, <http://bit.ly/1yTZr9y> (5.5.14).
- 3 In einer Umfrage des Middle East Monitor, des Al-Jazeera Center for Studies, und dem European Muslim Research Center, die 2011 veröffentlicht wurde, gaben 40 Prozent der Befragten aus sechs europäischen Staaten (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Niederlande, Italien und Deutschland) an, die israelische Siedlungspolitik sei das größte Hindernis für den Frieden im Nahen Osten (*Middle East Monitor et al.* 2011: European Public Perceptions of the Israel-Palestine Conflict, <http://bit.ly/1w3NrWQ> (12.6.14)). Weitere Umfragen belegen das zunehmend schlechte Image Israels insgesamt, ohne dabei auf die Gründe genauer einzugehen (z.B. für Deutschland: *Asseburg, Muriel/Busse, Jan* 2011: Deutschlands Politik gegenüber Israel, in: *Jäger, Thomas/Höse, Alexander/Oppermann, Kai* (Hg), Deutsche Außenpolitik, Sicherheit, Wohlfahrt, Institutionen, Normen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 693-716; auf europäischer Ebene: *Ridderbusch, Katja* 2003: Laut Umfrage sehen EU-Bürger in Israel die größte Gefahr für den Weltfrieden, 4.11.2003, <http://bit.ly/1thm2w8> (12.6.14); sowie global: *BBC* 2013: BBC poll: Germany most popular country in the world, 23.5.13, <http://bbc.in/1pEPOvj> (12.6.14).
- 4 *HaGalil* 2013: Kein Aldi-Boykott, 24.7.13, <http://bit.ly/1sRjLtV> (8.5.14).
- 5 *Jüdische Allgemeine* 2014: Israel-Boykott. Einkaufspolitik, 27.2.14, <http://bit.ly/1pXtWJP> (8.5.14) 3.
- 6 *European Commission* 2014: Trade in Goods with Israel, <http://bit.ly/1p8PggF> (5.5.14).
- 7 *European Parliament* 2013: EU-Israel trade relations and the EU's approach to illegal settlement products, <http://bit.ly/1qLIDUH> (5.5.14); *APRODEV et al.* 2012: Handel gegen den Frieden: Wie Europa zur Erhaltung illegaler israelischer Siedlungen beiträgt, S. 20.

schränkungen von Geschäftsbeziehungen und Desinvestitionen sollten einzig die Siedlungspolitik zum Ziel haben. Ein zusätzliches positives Signal könnte darin bestehen, dass Firmen neben dem Ausschluss von Geschäftsbeziehungen mit Siedlungsbetrieben Verbindungen zu israelischen Firmen ausdrücklich aufrechterhalten oder sogar neu aufnehmen, die nicht in den besetzten Gebieten operieren. Letzteres würde die Glaubwürdigkeit von öffentlichen Distanzierungen gegenüber der BDS-Kampagne erhöhen.

Zweitens sollten europäische Firmen, die Geschäftsbeziehungen aus normativen Gründen – etwa aufgrund von CSR-Richtlinien – beenden bzw. dies erwägen, gezielt darauf achten, konsistent zu agieren und gleiche Maßstäbe an alle Partner anzulegen, d.h. israelische Firmen nicht anders zu behandeln als andere Partner. Nur so lässt sich letztlich der Vorwurf der (unfreiwilligen) Komplizenschaft mit Delegitimierungskampagnen gegen den Staat Israel entkräften. Wenn völkerrechtliche Maßgaben das Verhalten gegenüber israelischen Firmen bedingen, dann müssten sie auch die Richtschnur gegenüber Partnern z.B. aus Russland oder China sein. Wo Unternehmen eine solche Konsistenz vermissen lassen, ist es Aufgabe der israelischen und vor allem der europäischen Politik, von der Wirtschaft die weltweite Einhaltung der eigenen Standards einzufordern, anstatt Firmen pauschal der Komplizenschaft mit radikalen Ansätzen oder gar als ‚Steigbügelhalter‘ des Antisemitismus zu bezichtigen.

Leibniz-Institut Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung
Baseler Str. 27-31, 60329 Frankfurt am Main
Postvertriebsstück D 43853, Entgelt bezahlt, ISSN-0945-9332

Selbst bei differenziertem und konsequentem Unternehmenshandeln gilt allerdings weiterhin: Die Verantwortung für eine Konfliktlösung – sowohl kurzfristig für ein Ende der Gewaltwelle als auch langfristig für einen Friedensschluss – liegt letztlich in der Hand der Politik. Privatwirtschaftliche Aktivitäten können darauf allenfalls flankierend einwirken. Im Übrigen besteht der sicherste Weg, die geschilderten unternehmerischen Schritte abzuwenden, für die israelische Regierung darin, substantielle Fortschritte hin zu einem Friedensabkommen mit den Palästinensern zu erzielen. Ein Ende der Siedlungspolitik wäre aus unternehmerischer Perspektive gleichbedeutend mit der Beseitigung des Reputationsrisikos und würde deren Rückzug aus Geschäftsbeziehungen mit israelischen Firmen somit obsolet machen. Zivilgesellschaftlichen Kampagnen mit weiterreichenden Zielsetzungen wür-

de damit zugleich das Wasser in der europäischen öffentlichen Meinungsbildung abgegraben.



Dr. des. Svenja Gertheiss ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Programmbereich „Private Akteure im transnationalen Raum“ an der HSFK.

Prof. Dr. Klaus Dieter Wolf ist Stellvertretendes Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der HSFK und leitet den Programmbereich „Private Akteure im transnationalen Raum“.

HSFK-Standpunkte

erscheinen mindestens sechsmal im Jahr mit aktuellen Thesen zur Friedens- und Sicherheitspolitik.

Die HSFK, 1970 als unabhängige Stiftung vom Land Hessen gegründet und seit 2009 Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft, arbeitet mit rund 50 wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in vier Programmbereichen zu den Themen „Sicherheits- und Weltordnungspolitik von Staaten“, „Internationale Institutionen“, „Private Akteure im transnationalen Raum“ sowie „Herrschaft und gesellschaftlicher Frieden“. Der Programmbereich „Information und Wissenstransfer“ vereint das Projekt „Akademisches Friedensorchester Nahost“, die „Schlangenbader Gespräche“, das „Friedensgutachten“ sowie die Institutsbibliothek und die Angebote der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zudem arbeiten in der HSFK die programmungebundenen Forschungsgruppen „Politische Globalisierung und ihre kulturelle Dynamik“ und „Normativität im Streit: Normkonflikte im globalen Regieren“.

Die Arbeit der HSFK ist darauf gerichtet, die Ursachen gewaltsamer internationaler und innerer Konflikte zu erkennen, die Bedingungen des Friedens als Prozess abnehmender Gewalt und zunehmender Gerechtigkeit zu erforschen sowie den Friedensgedanken zu verbreiten. In ihren Publikationen werden Forschungsergebnisse praxisorientiert in Handlungsoptionen umgesetzt, die Eingang in die öffentliche Debatte finden.

V.i.S.d.P.: Karin Hammer, Redakteurin an der HSFK, Baseler Straße 27-31, 60329 Frankfurt am Main, Telefon (069) 959104-0, Fax (069) 558481, E-Mail: info@hsfk.de, Internet: www.hsfk.de.

Für den Inhalt der Beiträge sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Ein Nachdruck ist bei Quellenangabe und Zusendung von Belegexemplaren gestattet. Der Bezug der *HSFK-Standpunkte* ist kostenlos, Unkostenbeiträge und Spenden sind jedoch willkommen. Bitte geben Sie Ihre Adresse für die Zuwendungsbestätigung an.

Bankverbindung: Frankfurter Sparkasse, BLZ 500 502 01, Konto 200 123 459

Design: David Hollstein · Layout: HSFK · Druck: Henrich Druck + Medien GmbH

ISSN 0945-9332