

# Druk op Israël

## Samenvattend verslag van een schriftelijke enquête, interviews en een literatuurstudie met betrekking tot de inzet van drukmiddelen tegen Israël

### Nederlands Palestina Komitee

Erik Haverkort, Harry Hendrix, Wim Lankamp en Sonja Zimmermann, onderzoekers  
(met medewerking van Jacqueline de Bruijn)

*Het Nederlands Palestina Komitee (NPK) heeft onderzocht welke drukmiddelen op Israël door solidariteitsbewegingen gesteund worden en welke zij het meest effectief achten. 62 organisaties, die zich op een of andere wijze inzetten voor mensenrechten, met een achterban van 900.000 mensen, werkten mee aan een schriftelijke enquête. 14 respondenten hebben via persoonlijke interviews hun opvattingen toegelicht.*

*Daarnaast is een literatuurstudie verricht naar de toepassing van drukmiddelen door solidariteitsbewegingen: de Vietnambeweging, de anti-apartheidsbeweging, Stichting Zelfbeschikking West-Sahara en het Burma Centrum Nederland. Verslagen van de enquête, de interviews en de literatuurstudie zijn binnenkort beschikbaar.*

## 1 Aanleiding

Op 20 juli 2004 heeft de Algemene Vergadering van de Verenigde Naties besloten het Advies van het Internationaal Gerechtshof over te nemen. Dit hof oordeelde dat de Muur en de joodse nederzettingen illegaal zijn en afgebroken, dan wel ontmanteld moeten worden. De internationale gemeenschap werd opgeroepen toe te zien dat dit ook gebeurt.

Drie jaar later breiden de nederzettingen zich nog altijd uit en gaat de bouw van de Muur gewoon door. Eén jaar na de uitspraak van het Internationaal Gerechtshof hebben 171 Palestijnse organisaties opgeroepen tot het inzetten van economische, politieke en culturele drukmiddelen tegen Israël, zolang het de VN-resoluties niet uitvoert. Organisaties en bekende personen in Israël en daarbuiten hebben gehoor gegeven aan deze oproep.

Het NPK voert al enkele jaren een 'Campagne tegen de Muur'. Daarmee zijn successen behaald in de sfeer van bewustwording. Maar feitelijk is er in Palestina nog niets verbeterd; integendeel, de situatie is verder verslechterd. Mede daarom heeft het NPK besloten tot onderzoek naar de effectiviteit van drukmiddelen. Via een enquête, interviews en een literatuuronderzoek is getracht antwoord te krijgen op de volgende vragen:

- In hoeverre wordt het toepassen van drukmiddelen op Israël ondersteund?
- Welke drukmiddelen lijken effectief?
- Hoe groot is de bereidheid tot samenwerking?

## 2 Schriftelijke enquête

### Ondersteuning drukmiddelen

Aan de geselecteerde organisaties zijn zestien drukmiddelen voorgelegd met de vraag of zij deze willen ondersteunen. Acht krijgen de steun van minstens de helft van de respondenten:

1. Het stopzetten van de wapenhandel.
2. Het stoppen van de wapendoorvoer.
3. Opschorting van het EU-assocatieverdrag.
4. Boycot van bedrijven die in nederzettingen investeren.
5. Boycot van bedrijven die betrokken zijn bij de bouw van de Muur en/of nederzettingen.
6. Het stoppen van alle vormen van militaire samenwerking.
7. Consumentenboycot van producten uit nederzettingen.
8. Desinvesteren

Tabel 1 laat zien welke drukmiddelen wel en welke niet ondersteund worden.

	Drukmiddelen ↓	ja	nee	Geen mening
A	Opschorting EU-associatieverdrag (lagere invoerheffingen voor Israël)	63	6	31
B	Stoppen wapenhandel	68	5	27
C	Stoppen wapendoorvoer	65	5	31
D	Stoppen van alle vormen van militaire samenwerking	58	5	37
E	Opschorting academische samenwerking	19	27	53
F	Opschorting diplomatieke samenwerking	13	35	52
G	Opschorting sportieve contacten	19	32	48
H	Opschorting culturele contacten	24	31	45
I	Desinvesteren	50	6	44
J	Consumentenboycot nederzettingen-producten	53	11	35
K	Consumentenboycot Israëlische producten	35	21	44
L	Boycot bedrijven die in nederzettingen investeren	61	6	32
M	Boycot bedrijven betrokken bij de bouw van de Muur en nederzettingen	61	6	32
N	Boycot bedrijven die in Israël investeren	31	18	52
O	Stakingen	16	18	66
P	Blokkades	19	13	68

Tabel 1: Ondersteuning drukmiddelen (in percentages)

### Effectiviteit van drukmiddelen

De drukmiddelen die door de respondenten als meest effectief genoemd worden zijn (in deze volgorde):

1. Opschorting EU-associatieverdrag
2. Stoppen wapenhandel
3. Stoppen wapendoorvoer
4. Boycot bedrijven die in nederzettingen investeren
5. Consumentenboycot nederzettingen-producten
6. Desinvesteren
7. Boycot bedrijven betrokken bij de bouw van de Muur en/of nederzettingen

De eerste drie drukmiddelen zijn vooral drukmiddelen waar de regeringen en de politiek een doorslaggevende stem hebben bij de toepassing ervan. Bij het gebruik van de overige vier drukmiddelen kunnen ook de private sector en burgers worden ingeschakeld. Deze drukmiddelen worden ook wel samengevat onder de term BDS (Boycot, Desinvestering, Sancties).

### Samenwerking

In Nederland zijn de afgelopen jaren steeds meer organisaties gekomen die zich inzetten voor vrede in het Midden-Oosten. Er is een breed scala aan solidariteitsbewegingen, die specifiek opkomen voor het Palestijnse volk, zoals Stop de Bezetting, het Breed Platform Palestina in Haarlem, Talliq, de Werkgroep Keerpunt, het NIPI, Vrouwen in het Zwart en Een Ander Joods Geluid. Instanties met een breder werkterrein, bijvoorbeeld organisaties die werken op het gebied van ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten, en politieke partijen zijn ook meer aandacht aan dit onderwerp gaan besteden. Enkele hebben hier zelfs een speciale afdeling voor opgericht. Uit de NPK-enquête blijkt dat bijna driekwart van de respondenten overleg en samenwerking zeer belangrijk vindt bij het toepassen van drukmiddelen.

## 3 Interviews

Om beter zicht te krijgen op de motieven voor en bereidheid tot de inzet van drukmiddelen op Israël is met vertegenwoordigers van veertien organisaties uitgebreid nagepraat over de enquête. Het betreft organisaties die de

schriftelijke enquête invulden. Door deze persoonlijke interviews werd het inzicht in de beweegredenen om al of niet druk op Israël uit te oefenen verdiept. Bovendien kregen de interviewers talrijke adviezen en tips voor daadwerkelijke acties.

### **Selectie drukmiddelen**

De respondenten blijken verschillende overwegingen te hebben bij de selectie voor drukmiddelen. Sommigen vinden bijvoorbeeld dat de communicatie met Israël open gehouden moet worden. Anderen kijken meer naar het effect dat men met een drukmiddel denkt te kunnen bereiken. En weer anderen kiezen vooral die drukmiddelen waarvoor een groot draagvlak in de samenleving blijkt te bestaan.

### **Samenwerking**

Alle geïnterviewden vinden het belangrijk om een zo breed mogelijk front te vormen bij de toepassing van drukmiddelen. Sommigen geven aan dat bepaalde drukmiddelen niet passen in het beleid van hun organisaties. Hun manoeuvreerruimte zou wel door meer vooruitstrevende acties van anderen opgerekt kunnen worden. Het zou goed zijn om complementair te werken. Grote organisaties met meer financiële middelen kunnen bijvoorbeeld onderzoeken laten uitvoeren en met de resultaten van deze onderzoeken kan de solidariteitsbeweging krachtiger acties uitvoeren.

### **BDS-oproep (Boycot, Desinvestering, Sanctie)**

Bij de interviews kwam regelmatig de BDS-oproep van Palestijnse organisaties van 9 juli 2005 naar voren ([www.bds-palestine.net](http://www.bds-palestine.net)). Op dat moment, één jaar na de uitspraak van het Internationaal Gerechtshof in Den Haag, vroegen deze organisaties aan de wereld druk te zetten op Israël om het Advies van het Gerechtshof uit te voeren. Israël moet de illegaal verklaarde Muur ontmantelen en stoppen met het schenden van mensenrechten in de bezette Palestijnse gebieden. Om dat te bereiken roepen de Palestijnse organisaties op tot gewelddoos verzet. Geïnspireerd door de strijd tegen de apartheid in Zuid-Afrika pleiten deze Palestijnse organisaties voor diverse vormen van boycot, desinvesteren en sancties tegen Israël. Net zo lang tot Israël het recht op zelfbeschikking van het Palestijnse volk erkent en zich volledig houdt aan het internationaal recht. Alle respondenten staan achter het idee om een strategie te ontwikkelen, die in lijn ligt met de Palestijnse oproep. De BDS-doelstellingen worden als gerechtvaardigd beschouwd. De vraag uit Palestina om drukmiddelen toe te passen onder de BDS-noemer geeft organisaties buiten Palestina een extra legitimatie. Niet alle geïnterviewden zeggen ook te willen overgaan tot alle actievormen waartoe de Palestijnse organisaties oproepen. Een ongekwalificeerde slagzin als ‘boycot Israël’ wordt door sommige organisaties afgewezen. Overigens roept de ‘Oproep’ hier ook niet toe op, maar dringt deze aan op ‘*broad boycotts*’. Alle geïnterviewden vinden – in overeenstemming met de ‘Oproep’ - dat het toepassen van drukmiddelen de invalshoek van internationaal recht, inclusief mensenrechten en de Geneefse Conventies zou moeten hebben. In de oriënterende gesprekken is ook gesproken over verdere samenwerking en is het NPK uitgenodigd om hierin het initiatief te nemen.

### **Effectiviteit drukmiddelen**

Niet alleen het soort drukmiddel is bepalend voor de effectiviteit, blijkt uit de interviews. Bij het toepassen ervan dient ook rekening gehouden te worden met talrijke condities, die kunnen bijdragen tot succes. De onderzoekers hebben talrijke tips en adviezen gekregen om de kans op succes te vergroten. Sommige daarvan verwijzen naar algemeen bekende methodische principes bij actievoeren zoals het werken met ‘smart’doelen; doelen die specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden zijn.

Daarnaast zijn er tal van praktische tips ontvangen, die zeer bruikbaar zijn bij het toepassen van drukmiddelen.

## **4 Literatuuronderzoek**

In opdracht van het Nederlands Palestina Komitee is Erik Haverkort in het actieverleden van vier solidariteitsbewegingen gedoken: de Vietnambeweging, de anti-apartheidsbeweging, de Stichting Zelfbeschikking West-Sahara en het Burma Centrum Nederland. Hij ging op zoek naar welke drukmiddelen deze organisaties gebruikt hebben en welke effectief leken te zijn.

### **Concreet handelingsperspectief**

Uit Haverkorts onderzoek blijkt dat succesvolle acties uit het verleden vaak een duidelijk handelingsperspectief boden. Een goed voorbeeld hiervan is de Boycot Outspan Aktie (BOA). BOA begon in 1970 een succesvolle boycotactie tegen Outspan-sinaasappels onder de leus ‘pers geen Zuid-Afrikaan uit’. BOA gebruikte indringende posters waarop het hoofd van een zwarte Zuid-Afrikaan op een sinaasappelpers wordt uitgeperst. Acht jaar na de start werden er amper nog Outspan-sinaasappels verkocht. Ook andere consumentenacties tegen de verkoop van producten zijn vaak succesvol geweest. Zo bleek uit de campagnes tegen de handel in Angolese koffie, Krugersands en Zuid-Afrikaans fruit dat Albert Heijn en Douwe Egberts uiteindelijk gevoelig waren voor de eisen van de anti-apartheidsbeweging.

### **Lokale actiegroepen**

Bij de Outspanactie bleek ook het grote belang van lokale actiegroepen, omdat zij bij uitstek in staat bleken om de campagnes dichter bij het publiek te brengen. Veel tijd investeerde BOA in de contacten met die lokale groe-

pen. Deze groepen organiseerden de acties en konden het publiek kennelijk overtuigen om geen Outspan-sinaasappels meer te kopen.

### **Eén actiedoelwit en verschillende actiestrategieën**

Haverkort vond ook aanwijzingen dat de keuze voor één enkel actiedoelwit de herkenbaarheid en slagkracht van een campagne kan versterken. Maar daar zitten ook risico's aan. Het bestaansrecht van een organisatie kan gaan wankelen wanneer het doel niet wordt bereikt. Dat kan ten koste gaan van de geloofwaardigheid. Door het gebruik van verschillende actiestrategieën en het voeren van kortstondige kleinere acties om de achterban gemotiveerd te houden, zou dat voorkomen kunnen worden.

### **Informatievoorziening**

Een ander belangrijk campagne-aspect is de informatievoorziening. Zonder goede gegevens over de situatie en het onrecht in het betreffende landen is het onmogelijk om een goede campagne te voeren en mensen te mobiliseren. De Vietnambeweging maakte daarvoor gebruik van haar Vietnambulletin. Dit bulletin vormde een belangrijk tegenwicht tegen de Nederlandse kranten die, zeker in de beginperiode, berichten uit de Amerikaanse media klakkeloos overnamen.

### **Samenwerking**

De verscheidenheid binnen de solidariteitsbewegingen lijkt zowel positieve als negatieve gevolgen gehad te hebben. Bij de Vietnambeweging zorgde de onderlinge strijd, vooral tussen socialisten en communisten, voor een snelle teloorgang van veel organisaties. Bij de anti-apartheidsbeweging leek die verscheidenheid juist een kracht. Bij de anti-apartheidsbeweging ontstonden veel verschillende organisaties met ieder hun eigen achterban. Deze organisaties kozen vaak voor samenwerking op deelreinen. Zo konden de organisaties zich enerzijds richten op een gemeenschappelijk doel en anderzijds op het voeden en mobiliseren van de eigen achterban. Haverkort vond de overeenkomsten tussen de anti-apartheidsbeweging van de jaren 80 en de Nederlandse Palestijnabeweging van nu een verrassend resultaat van zijn onderzoek. Ook de Palestijnabeweging groeide de afgelopen tien á vijftien jaar aanmerkelijk en raakte uit haar isolement. Ook de verscheidenheid nam toe. De komst van allerlei nieuwe bewegingen die zich met Palestina bezighouden, bijvoorbeeld vanuit een religieuze optiek, hebben de Palestijnabeweging versterkt. Dit biedt goede perspectieven voor de toekomst van de beweging en voor onderlinge samenwerking.

## **5 Discussie en Conclusies**

### **1. Draagvlak**

Zowel enquête als de interviews laten zien dat het toepassen van drukmiddelen op een groot draagvlak kan rekenen bij de respondenten.

Wellicht is er ook veel steun voor bij de Nederlandse bevolking, gezien de TNS /NIPO opiniepeiling van december 2006. Hieruit blijkt dat 67% procent van de Nederlanders vindt dat de Nederlandse regering Israël onder druk moet zetten om de joodse nederzettingen te ontruimen.

Tevens is een ruime meerderheid (71%) van mening dat Nederlandse bedrijven niet mogen handelen met of mogen investeren in nederzettingen. 62 procent stelt dat Nederlandse bedrijven die dit wel doen moeten worden aangepakt. Ruim de helft van de Nederlanders meent dat Nederlandse consumenten producten uit Bezette Gebieden moeten boycotten.

### **2. Effectiviteit van drukmiddelen**

Van de acht drukmiddelen die op een groot draagvlak kunnen rekenen scoren er zeven hoog op ingeschatte effectiviteit.

Drie daarvan (stopzetten van de wapenhandel, stoppen van de wapendoorvoer en opschorting van het EU-associatieverdrag) lijken vooral een kwestie van regeringen en de politiek. Niet druk op Israël maar druk op politieke partijen of lobby zouden hier succesvolle strategieën kunnen zijn. Vier van de breed ondersteunde drukmiddelen behoren tot de categorie van BDS en lenen zich goed voor betrokkenheid van een breed publiek. Dat zijn: boycot van bedrijven die in nederzettingen investeren, consumentenboycot van nederzettingenproducten, desinvesteren en boycot van bedrijven betrokken bij de bouw van de Muur en/of nederzettingen.

Zowel uit de schriftelijke enquête als uit de interviews blijkt dat boycot van Israëlische producten geen groot draagvlak heeft en op weerstanden stuit .

### **3. Concreet handelingsperspectief**

Belangrijk is dat drukmiddelen het publiek een concreet handelingsperspectief bieden. Dat verhoogt de slaagkans, zo concludeert Haverkort in zijn literatuuronderzoek. Goede voorbeelden daarvan zijn de Outspanboycot en recent de geslaagde actie tegen de ASN-bank. Dankzij de inzet en druk van enkele rekeninghouders heeft de Nederlandse ASN-bank de multinational Veolia uit hun beleggingsuniversum gezet. De ASN-bank is de eerste Europese bank die zich onder druk terugtrekt uit een bedrijf (dus desinvesteert) dat profiteert van de Israëlische bezetting van de Palestijnse gebieden. Ook het stopzetten van de wapenhandel, stoppen van de wapendoorvoer en opschorting van het EU-associatieverdrag bieden kansen voor concrete handelingsperspectieven van de bevolking. Dit kan bijvoorbeeld de vorm aannemen van een stemadvies bij Tweede Kamerverkiezingen.

#### **4. Samenwerking**

Zowel de enquêteerden als de interviews benadrukken het belang van samenwerking. ‘Samen sterk’ en ‘gebruik maken van elkaars kwaliteiten en middelen’ zijn daarvoor belangrijke motieven.

De oproep tot samenwerking betekent nog niet dat daaraan in de praktijk ook gevolg zal worden gegeven, ook al wordt een gemeenschappelijk doel onderschreven en nagestreefd. Sociale bewegingen hebben eigen missies, doelen, strategieën, culturen en ook eigen belangen, die kunnen leiden tot concurrerend gedrag. Zo kan de jacht op subsidies samenwerking belemmeren. Volgens verschillende geïnterviewden zou een samenwerkingsverband moeten bestaan uit sterke organisaties die strategisch kunnen opereren en helder kunnen communiceren. Vermoeden moet worden dat zij elkaar veelvuldig in de haren te vliegen, ingeval van verschil van mening. Helpend daarbij kan zijn dat verschillen niet alleen als een probleem maar ook als een kracht gezien worden. Toch kan ook samenwerking contraproductief werken. Dat geldt vooral wanneer de eigen visie en doelen van een organisatie bedreigd worden omdat ze zich te veel moet aanpassen en er te weinig oog is voor haar standpunten en belangen. Maar ook concurrentie kan voordelen opleveren. Men kan elkaar scherp houden, waardoor energie gemobiliseerd wordt om de eigen kwaliteit te verbeteren.

In de praktijk wordt er in Nederland al op veel terreinen samengewerkt tussen organisaties. Dit onderzoek is daar een voorbeeld van. In het Comité van Aanbeveling en de begeleidingsgroep zijn verschillende organisaties vertegenwoordigd. Het onderzoek wordt gesubsidieerd door het ICCO en de resultaten komen ter beschikking van alle organisaties binnen de brede solidariteitsbeweging met Palestina. Een vorm van meer geformaliseerde samenwerking is United Civilians for Peace (UCP), dat zich inzet ‘voor een rechtvaardige en vreedzame oplossing van het Israëlisch-Palestijns conflict conform het internationale recht’. UCP is een gezamenlijk initiatief van Cordaid, ICCO, IKV, Oxfam/Novib en Pax Christi.

#### **5. Niet beoogde resultaten**

De onderzoeken hebben ook resultaten opgeleverd die niet direct beoogd werden. Zo zijn organisaties door de enquête wellicht bewuster gaan nadenken over de zin (en onzin) van drukmiddelen. De interviews waren vaak diepgaande en soms ook vertrouwelijke gesprekken, waardoor kennis van en begrip voor visies en standpunten van de verschillende organisaties gegroeid is. Dit kan niet zonder betekenis zijn voor de zo gewenste samenwerking in de toekomst.

#### **6. Adviezen en tips**

De schriftelijke enquête, de interviews en de literatuurstudie bieden tal van adviezen en tips om de kans op succes te vergroten. Zo wordt herhaaldelijk het belang van ‘smart’-doelen genoemd. Daarnaast ook het belang van een risico-analyse, scholing van actievoerders, stapsgewijs werken en monitoring van het proces. Bij de opzet van acties kan een lijst van deze ‘succescriteria’ helpen om deze ook daadwerkelijk tot een succes te maken.

#### **7. Zeggen en doen**

De onderzoeksresultaten wijzen op een breed draagvlak bij solidariteitsbeweging en bevolking voor het toepassen van drukmiddelen op Israël. Maar ‘zeggen’ betekent nog niet vanzelfsprekend ook ‘doen’. Dat geldt zowel met betrekking tot steun voor drukmiddelen als de zo zeer gewenste samenwerking tussen organisaties. Er is nog veel werk te doen om de stap naar actie te maken. Maar het klimaat lijkt gunstig.

#### **8. Toen en nu**

Uit de studie van Haverkort komen diverse aanwijzingen voor succesvolle acties op basis van successen uit het verleden. Maar successen uit het verleden zijn geen garantie voor de toekomst. De successen zijn behaald in een andere tijd met een andere cultuur en een ander politiek klimaat. Het lijkt verstandig om de lessen uit het verleden nog eens grondig te toetsen aan de huidige tijdgeest.

#### **9. Professionalisering**

Veel wijst er op dat solidariteitsbewegingen gebaat zijn bij een professionaliseringsslag. Wellicht is in het verleden vooral het hart en minder het hoofd drijfveer geweest voor acties. Het werken met ‘smart’-doelen, het opzetten, managen en monitoren van methodisch verantwoorde acties, onderzoek, risico-analyse en evaluatie vraagt om professionele deskundigheid.

Die is niet altijd vanzelfsprekend aanwezig bij sociale bewegingen die meestal vooral drijven op vrijwilligers. Externe subsidies, aantrekken van specialistische deskundigheid en interne aandacht voor deskundigheidsbevordering zijn belangrijk om die professionaliseringsslag ook te maken. Mogelijk heeft ook dit onderzoek daaraan bijgedragen.

#### **10. Vervolg**

De resultaten zijn belangrijk voor de keuze van een strategie waarbij de inzet van drukmiddelen aan de orde is. Het ligt voor de hand dat het NPK nu initiatieven neemt om na te gaan welke BDS-acties met concrete handelingsperspectieven in samenwerking met andere organisaties in de praktijk mogelijk zijn.

(oktober 2007)