



Die neuen Händler des ZWEIFELS

Mit welchen Strategien die
Milch- und Fleischkonzerne
Klimaschutz verzögern und
verhindern

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary: Die neuen Händler des Zweifels	3
Taktiken des Verzögerns, Ablenken und Vereiteln	4
Ablenken	4
Verzöger	7
Vereiteln	8
Die Taktik zum Einsatz bringen	11
Neuseeland	11
Australien	11
Großbritannien	11
Brasilien	12
Italien	12
Fazi	13
Referenzen	14





Executive Summary: Die neuen Händler des Zweifels

Dieser Bericht deckt auf, mit welchen Taktiken die großen Fleisch- und Milchkonzerne sämtliche Maßnahmen zur Umgestaltung der Ernährungswirtschaft verzögern, vom eigentlichen Problem ablenken und letztlich vereiteln wollen und wie sie damit Strategien der Tabakindustrie und der Mineralölwirtschaft kopieren. Die Lebensmittelproduktion ist für rund ein Drittel der gesamten Treibhausgasemissionen verantwortlich und davon entfallen etwa 60 % auf die Tierhaltung¹, die auch die größte Quelle für vom Menschen verursachte Methanemissionen ist. Von Seiten der Wissenschaft gibt es keine Zweifel: Wir können den im Pariser Abkommen festgelegten Temperaturanstieg von 1,5 Grad nicht einhalten, wenn wir die Methanemissionen nicht deutlich reduzieren² und den Konsum von tierischen Produkten einschränken³, aber in beiden Bereichen wird bisher noch ein Anstieg prognostiziert. Der Agrarsektor ist nicht nur in besonderem Maße von einem stabilen Klimasystem abhängig, sondern trägt auch direkt (durch die Methan- und Lachgasbelastung aus der

Tierhaltung) und indirekt (als einer der Hauptverursacher von Entwaldung und Landnutzung) zum Klimawandel bei. In einer kürzlich durchgeführten Umfrage unter mehr als 200 Klimaforschenden haben diese die Auffassung vertreten, dass die Emissionen aus der Viehhaltung in Ländern mit hohem und mittlerem Einkommen bis 2025 ihren Höhepunkt erreichen und weltweit bis 2030 um 50% reduziert werden müssen.⁴ Trotz ihrer enormen negativen Auswirkungen auf das Klima, die Artenvielfalt und die menschliche Gesundheit sind die großen Fleisch- und Milchkonzerne bei der Umweltregulierung weitgehend ungeschoren davongekommen. Unsere Untersuchung zeigt, dass es der Branche gelungen ist, die politischen Entscheidungsträger von der Ausnahmestellung der Landwirtschaft zu überzeugen und eine Reihe von Zugeständnissen, Ausnahmen und Verzögerungen bei den Klimaschutzmaßnahmen in ihrem Sektor durchzusetzen. In mehreren Ländern haben sie es geschafft, die Politiker davon zu überzeugen, bei der Regulierung der landwirtschaftlichen Emissionen „nur Zuckerbrot und keine Peitsche“ einzusetzen. Damit ist gemeint, dass jede Änderung der landwirtschaftlichen Praktiken freiwillig bleibt und von zusätzlich finanziellen Anreizen abhängt, während die beträchtlichen öffentlichen Subventionen, die der Sektor bereits erhält, für jegliche Reformen tabu bleiben. Leider unterstützen die derzeitigen Agrarsubventionen weitgehend den bestehenden Status quo der Großbetriebe und begünstigen die großen Unternehmen in der Mitte der Kette, die so genannte Big Ag (für Big Agriculture), die kleine Familienbetriebe aus dem Geschäft drängen.

Um den Einfluss von Big Ag besser zu verstehen, haben wir die Aktivitäten von 22 der größten Fleisch- und Molkereikonzerne auf vier Kontinenten analysiert. Dabei haben wir ihre freiwilligen Klimaverpflichtungen, Greenwashing-Behauptungen, Investitionen in Werbung gegen kohlenstoffarme Lösungen und ihr politisches Engagement untersucht, einschließlich der politischen Spenden, der Treffen mit Politikern, der Ausgaben für Lobbyarbeit sowie der Narrative, die sie entweder direkt oder indirekt durch die Arbeit von Industrieverbänden fördern. Wir haben

untersucht, wie die Industrie die Wissenschaft vereinnahmt, indem sie ihre eigene Forschung finanziert, um die Auswirkungen des Sektors auf das Klima herunter-zuspielen und ihre bevorzugten Lösungen zu fördern, meist in Form von freiwilligen technischen Lösungen. Der Bericht enthält eine detaillierte Analyse der verschiedenen Unternehmensnarrative gegenüber Verbrauchern, Medien und politischen Entscheidungsträgern und zeigt, wie die Industrie uns unter dem Deckmantel freiwilliger Klimaziele, umweltfreundlicher Produkte und scheinbar ehrgeiziger Investitionen in Technologien zur Emissionsreduzierung ablenkt, während sie hinter den Kulissen erhebliche Ressourcen mobilisiert, um fortschrittliche Umweltgesetze zu verzögern und zu Fall zu bringen.

Taktiken des Verzögerns, Ablenkens und Vereitels

In unserer Untersuchung haben wir das Spielbuch von Big Meat and Dairy (Den großen Fleisch und Milchkonzernen) in drei Haupt-Taktiken unterteilt: ablenken, verzögern und vereiteln. Dies baut auf unserer früheren Untersuchung des Playbooks von Big Plastic auf, die wir in dem 2020 erschienenen, bahnbrechenden Bericht Talking Trash⁵ veröffentlicht haben. Einige der Unternehmen und Branchenverbände überschneiden sich, aber die Taktiken, die in den einzelnen Sektoren zum Tragen kommen, sind unterschiedlich. Wir haben starke Korrelationen mit der Taktik der Klimaleugnung durch Big Oil festgestellt, auf die im gesamten Bericht Bezug genommen wird.

Ablenken

Die großen Fleisch- und Molkereikonzerne sind Meister der Täuschung, wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit von ihren mangelnden Klimaschutzmaßnahmen abzulenken. Ein großer Teil dieser Taktiken kann auch als „Greenwashing“ bezeichnet werden. Dazu gehören Behauptungen auf den Verpackungen ihrer

Produkte, schwache Netto-Null Ziele und andere Marketingbemühungen, um ihre Produkte als klimafreundlich, natürlich und als unverzichtbaren Bestandteil einer gesunden Ernährung darzustellen. Durch solche subtilen Taktiken erzeugen die Unternehmen einen kollektiven Placebo-Effekt. Sie gaukeln uns vor, dass sich etwas ändert, obwohl sich die Umweltauswirkungen des Sektors in Wirklichkeit verschlechtert haben.

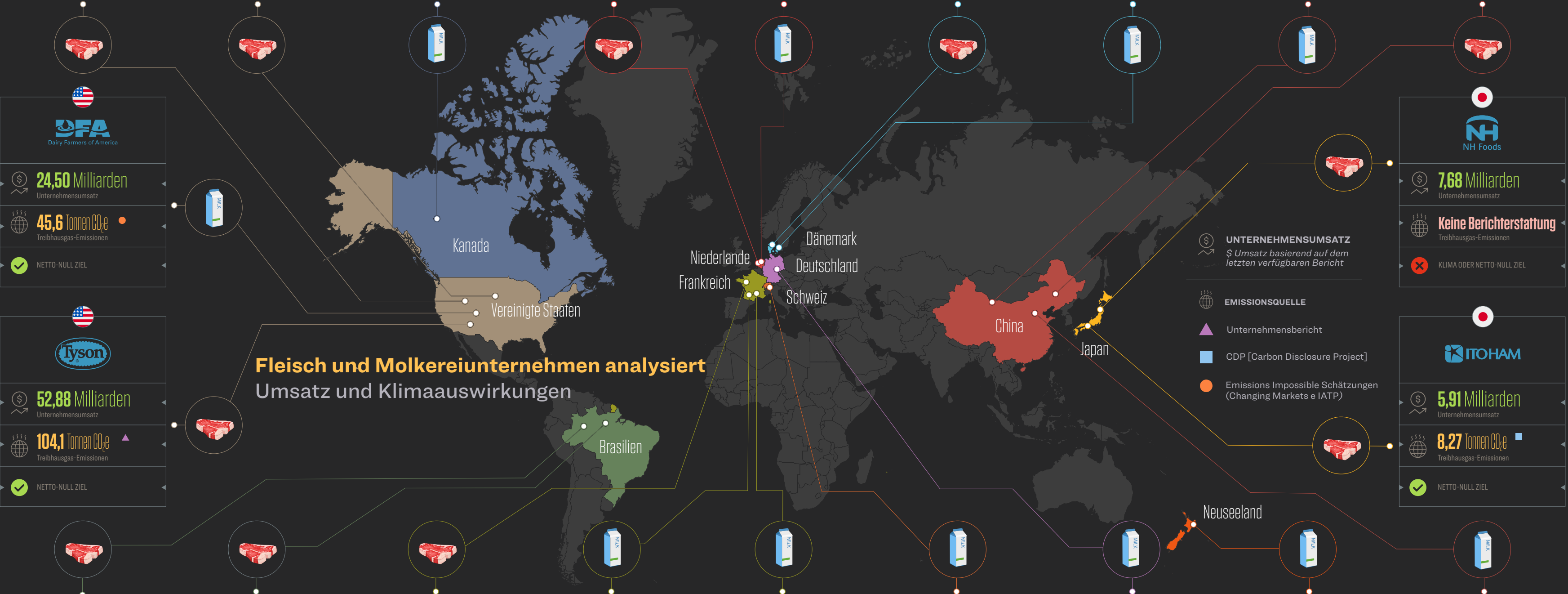
Die Untersuchung hat gezeigt, dass die Branche besonders um die jüngeren Generationen bemüht ist, die sich mehr Gedanken um den Klimawandel und die eigene Gesundheit macht. Durch Influencer und den Einsatz sozialer Medien wird die Generation Z gezielt mit irreführenden Werbekampagnen angesprochen. Wir haben sieben Beispiele dafür gefunden, dass Unternehmen und Handelsgruppen soziale Medien nutzen, um junge Menschen anzusprechen: auf TikTok, YouTube, Instagram und anderen Kanälen. Dabei werden oft irreführende Behauptungen aufgestellt, wie zum Beispiel, dass Fleisch und Milchprodukte für junge Verbraucher in Ländern wie Großbritannien, die einen ohnehin schon hohen Konsum ihrer Produkte haben, eine gesunde Ernährungsweise darstellen.

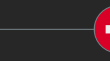
Die Taktiken in den sozialen Medien führen auch zu direkten Angriffen auf vegane Ernährung und alternative Proteine. Durch verschiedene Werbe- und Fehlinformationskampagnen, die auf die Fleisch- und Milchindustrie zurückgeführt werden können, wird versucht, sie als ultra-verarbeitete, ungesunde Optionen zu brandmarken. Die Branchenriesen lassen sich dabei von verschiedenen PR-Beratern und -Agenturen helfen, diese Narrative zu entwickeln. Sie arbeiten mit mindestens zwei führenden PR-Firmen zusammen, die im letzten Jahrhundert an der Erstellung der Unternehmensstrategie von Big Oil und Tobacco beteiligt waren. Dazu gehört die US-amerikanische PR-Firma Edelman, eine der ältesten und bekanntesten PR-Firmen der Welt, die sich kürzlich mit ihrem Erfolg bei der Abschreckung eines jungen Publikums von pflanzlichen Alternativen zu Milchprodukten brüstete.

Trotz des Geredes über den Klimaschutz fallen die Klima- oder Netto-Null Ziele der Unternehmen beim Integritätstest weitgehend durch. Von den 22 Unternehmen, die in diesem Bericht untersucht wurden, haben nur 15 irgendeine Art von Klimaziel. Wir haben diese Ziele mit den Hauptelementen des Standards der UN-Expertengruppe verglichen, der im Integrity Matters Report auf der COP27 veröffentlicht wurde, und festgestellt, dass keines der Unternehmen diese Standards erfüllt. Danone führt das Feld an, wenn es um die wissenschaftliche Integrität seines Ziels geht, da es sich grob an einem 1,5-Grad-Ziel orientiert. Danone ist das einzige Unternehmen in der Branche, das sich verpflichtet hat, die Methanemissionen bis 2030 um 30 % zu senken und auf pflanzliche Produkte umzusteigen. Auch Nestlé bewegt sich langsam in die richtige Richtung. Andere Unternehmen hinken hinterher, was den Ehrgeiz und den ganzheitlichen Ansatz angeht, wie z. B. eine klare Verpflichtung zur Emissionsreduzierung in der Lieferkette, einschließlich Methan. Dies führt dazu, dass sich Unternehmen wie JBS auf die Science-Based Targets Initiative (SBTi), die aufgrund der Abschwächung ihrer Standards umstritten ist, berufen und ihre Zusagen verwässern oder sogar zurücknehmen.

Anstatt in echte Pläne und Ziele zur Senkung ihrer Emissionen zu investieren, zeigt der Bericht, dass die Unternehmen lieber in eine Wissenschaft investieren, die ihrer Agenda entspricht. Dies wird besonders deutlich, wenn es darum geht, die Auswirkungen der Methanemissionen des Sektors herunterzuspielen. Wir haben zwei sich teilweise widersprechende Behauptungen gefunden, die durch die Industrie finanzierte Forschende vertreten, um die Auswirkungen der Methanemissionen herunterzuspielen. Die erste besagt, dass Methan aus der Viehhaltung Teil des biogenen Kreislaufs sei und daher auf natürliche Weise von der Vegetation absorbiert werde, wobei die erheblichen kurzfristigen Erwärmungseffekte dieses hochwirksamen Gases ignoriert werden. Die zweite Darstellung konzentriert sich auf die neue Klimakennzahl GWP* und behauptet, dass der Sektor schon durch geringe Reduzierungen „klimaneutral“ werden könnte. GWP* wird von mindestens

 Cargill	 Ost	 Saputo	 Vion	 FrieslandCampina	 Danish Crown	 Arla	 Yili	 萬洲國際 WH GROUP
177,00 Milliarden Unternehmensumsatz	7,60 Milliarden Unternehmensumsatz	12,99 Milliarden Unternehmensumsatz	5,78 Milliarden Unternehmensumsatz	14,28 Milliarden Unternehmensumsatz	7,12 Milliarden Unternehmensumsatz	14,90 Milliarden Unternehmensumsatz	13,64 Milliarden Unternehmensumsatz	26,24 Milliarden Unternehmensumsatz
244,55 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	0,28 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen keine Berichterstattung zu Scope 3	18,10 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	0,12 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen keine Berichterstattung zu Scope 3	10,95 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	14,4 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	18,80 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	22,2 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	26,67 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen
SCHWACHES KLIMAZIEL	SCHWACHES KLIMAZIEL	KLIMA ODER NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL



 Marfrig	 JBS	 BIGARD	 LACTALIS	 DANONE	 Nestlé	 dmk Group	 Fonterra	 MENGNIU
25,08 Milliarden Unternehmensumsatz	72,92 Milliarden Unternehmensumsatz	5,34 Milliarden Unternehmensumsatz	32,16 Milliarden Unternehmensumsatz	30,11 Milliarden Unternehmensumsatz	102,30 Milliarden Unternehmensumsatz	6,00 Milliarden Unternehmensumsatz	16,15 Milliarden Unternehmensumsatz	13,81 Milliarden Unternehmensumsatz
102,6 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	287,9 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	Keine Berichterstattung Treibhausgas-Emissionen	49,50 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	24,21 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	87,54 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	8,80 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	25,82 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen	0,14 Tonnen CO ₂ e Treibhausgas-Emissionen keine Berichterstattung zu Scope 3
SCHWACHES KLIMAZIEL	NETTO-NULL ZIEL	KLIMA ODER NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL	SCHWACHES KLIMAZIEL	NETTO-NULL ZIEL	NETTO-NULL ZIEL

zehn Industriekonzerne und verbündeten Organisationen auf mindestens vier Kontinenten, unter anderem auch in der EU, propagiert. Akademiker der UC Davis und der Oxford University - die beide von der Industrie finanziert werden - haben die Forderung der Industrie unterstützt und sich dafür eingesetzt, dass die Industrie GWP* auf eine Art und Weise verwendet, die die Klimaverpflichtungen erheblich schwächen würde.

Das dritte von der Industrie finanzierte wissenschaftliche Narrativ, von dem in diesem Bericht die Rede sein wird, konzentriert sich auf das Emissionsreduktionspotential der regenerativen Landwirtschaft. Mehr als die Hälfte der untersuchten Unternehmen machen sich diesen Begriff zu eigen, um zu behaupten, dass ihr Geschäft gut für den Planeten sein kann. Im Gegensatz zur Agrarökologie hat die regenerative Landwirtschaft - die von Unternehmen wie Nestlé, FrieslandCampina und Dairy Farmers of America verwendet wird - keine klare Definition und stützt sich oft auf zweifelhafte wissenschaftliche Behauptungen über die Fähigkeit des Bodens, Kohlenstoff zu speichern. Die Befürworter behaupten, dass wir den Viehbestand nicht reduzieren müssen und dass allein die Umstellung auf regenerative Weidehaltung ein Teil der Lösung für das Problem des Klimawandels sein kann, indem sie (einen Teil) der Emissionen der Industrie ausgleicht und der Natur hilft. Sechs Unternehmen sind an „Regenerating Together“ beteiligt - einer Brancheninitiative, die nach eigenen Angaben an einer Definition für regenerative Landwirtschaft arbeitet, um die Ergebnisse zu verbessern, die aber ein gewinn- und ertragsorientiertes Modell fördert und keine Beschränkungen für Methanemissionen oder die Verringerung des Viehbestands vorsieht.

Genau wie es die großen Ölkonzerne vorgemacht haben, sorgen jetzt die großen Fleisch- und Molkereikonzerne dafür, dass die von der Industrie finanzierte akademische Forschung die Auswirkungen ihrer Branche auf das Klima herunterspielt und bei politischen Entscheidungsträgern ihre bevorzugten Lösungen propagiert.

Wie wir in den folgenden Kapiteln zeigen werden, wird dies oft genutzt, um Klimaschutzmaßnahmen in der Branche zu verzögern und zum Scheitern zu bringen.

Verzögern

Eng mit der Ablenkungstaktik verbunden ist die Verzögerungstaktik, bei der die Konzerne die Regierungen dazu bewegen wollen, Regulierungen aufzuschieben, indem sie sich auf freiwillige Maßnahmen berufen, die sie bereits ergriffen hätten. Die Realität sieht jedoch etwas anders aus. Diese Untersuchung zeigt, dass die Unternehmen viel mehr Geld für Werbung ausgeben als für kohlenstoffarme Lösungen. Obwohl sie in ihren PR- und Marketingmaterialien mit technischen Lösungen werben, zeigt unsere Untersuchung, dass sie nur 1% ihrer Einnahmen für Forschung und Entwicklung ausgeben. Der Anteil, der tatsächlich in kohlenstoffarme Lösungen fließt, ist wahrscheinlich nur ein Bruchteil davon, denn die meisten Unternehmen schlüsseln nicht auf, wohin ihre F&E-Ausgaben fließen. Drei Unternehmen - Fonterra, Nestlé und Arla - geben allesamt mehr für Werbung aus als für Forschung und Entwicklung in ihrem Unternehmen. JBS - das einzige Unternehmen, das seine Ausgaben für Forschung und Entwicklung im Hinblick auf sein Netto-Null Ziel angegeben hat - gibt mehr für Werbung aus als für diese Bemühungen. Seine Ausgaben für Netto-Null Bemühungen belaufen sich auf 20 Millionen US-Dollar (18,99 Millionen Euro) pro Jahr, was gerade einmal 78% seines jährlichen Werbe- und Marketingbudgets (29 Millionen Euro) und nur 0,03% seines Jahresumsatzes 2022 (71,2 Milliarden US-Dollar oder 66,7 Milliarden Euro) entspricht.

Unsere Nachforschungen zeigen, dass in den letzten Jahren mindestens 16 der 22 Unternehmen öffentlich für das Potenzial technischer Lösungen zur Emissionsreduzierung geworben haben, z. B. durch methansenkende Futterzusätze. Allerdings hat sich nur ein Unternehmen (Danone) zu transformativen Maßnahmen

verpflichtet, indem es ein Ziel für die Methanreduzierung festgelegt hat, während sieben andere Molkereiunternehmen, darunter Nestlé, sich verpflichtet haben, mit der Berichterstattung zu beginnen und einen Plan zur Reduzierung ihrer Methanemissionen vorzulegen. Unsere Überprüfung der wissenschaftlichen Literatur zeigt, dass viele der von der Industrie propagierten technischen Lösungen fragwürdige Auswirkungen auf die Verringerung der Methanemissionen haben, aber selbst wenn sich einige von ihnen als vielversprechend erweisen, weigern sich die Unternehmen aus Kostengründen häufig, sie zu implementieren. Anstatt in die technischen Lösungen zu investieren, für die sie in ihren PR-Materialien so viel Zeit aufwenden, fordern sie mehr öffentliche Gelder, um deren Einsatz zu finanzieren.

Was die Umstellung auf eine pflanzliche Ernährung angeht, haben wir einen auffälligen Mangel an Maßnahmen festgestellt. Die Wissenschaft zeigt eindeutig, dass die Art und Weise, wie Lebensmittel produziert werden, grundlegend geändert werden muss, um die Ziele des Pariser Abkommens zu erreichen, und dass eine Umstellung der Ernährung bedeutende Potenziale zur Emissionsreduzierung bietet. Eine Studie ergab, dass eine Ernährungsumstellung die jährlichen CO₂-Emissionen um 3,10 Gt CO₂e reduzieren könnte. Diese Reduktion könnte sich auf 6,22 Gt CO₂-Äquivalent pro Jahr mehr als verdoppeln, wenn die eingesparten Flächen zum Abbau von Kohlenstoff genutzt werden.⁶ Unsere Recherchen zeigen jedoch, dass einige Unternehmen zwar in alternative Proteine investieren, dies aber mit dem Ziel, einen zusätzlichen Markt zu erschließen und nicht als Teil eines Übergangs zu mehr pflanzlichen und weniger tierischen Produkten. Eine der Taktiken besteht darin, das Wachstum seiner Fleisch- und Milchprodukte als „diversifiziertes“ Lebensmittel- oder Proteinunternehmen zu verkaufen. Dies erinnert an die Taktik von Öl- und Gasriesen wie BP und TotalEnergies, die sich selbst als diversifizierte Energieunternehmen anpreisen, während sie weiterhin fast ihr gesamtes Unternehmen in Öl und Gas investieren.

Vereiteln

Diese Taktiken sind die aggressivsten von allen, und wir zeigen, wie sie in zwei der größten Viehzuchtregionen zum Tragen kommen: in den USA und in der EU. Zu den Entgleisungstaktiken gehören Ausgaben in Millionenhöhe für politische Spenden sowie direkte und indirekte Lobbyarbeit durch Branchenverbände, um den Einfluss der Industrie und den größtmöglichen Zugang zu sichern. Wir decken Beispiele für Interessenkonflikte auf, bei denen gewählte Politiker von den Agrarsubventionen profitieren, die sie reformieren sollen, und Beispiele für Drehtüren, bei denen wichtige politische Experten aus der Industrie kommen und nach dem Ende ihres öffentlichen Amtes dorthin zurückkehren. Das prominenteste Beispiel für Drehtüren ist der derzeitige US-Landwirtschaftsminister Tom Vilsack, der zuvor als Präsident des US Dairy Export Council und davor als US-Landwirtschaftsminister unter Obama tätig war. Er ist ein starker Befürworter von freiwilligen Maßnahmen und hat die Industrie mit zahlreichen Anreizen und Subventionen unterstützt, u. a. für Methan-Biokraftwerke, während er gleichzeitig bestreitet, dass die Viehzucht in den USA reduziert werden muss.

Dadurch werden die Interessen der mächtigen Agrarkonzerne auf höchster politischer Ebene noch stärker vertreten, was dazu führt, dass der Sektor seine eigene politische Agenda festlegt, was sich in einer Politik von Zuckerbrot ohne Peitsche gegen die Emissionen der Landwirtschaft niederschlägt. Die Sonderbehandlung, die diese umweltverschmutzende Branche erfährt, spiegelt sich im US Inflation Reduction Act (IRA) wider, der von der Regierung als die „größte Investition“ in die Reduzierung der Kohlenstoffverschmutzung in der Geschichte der USA angepriesen wird.⁷ Doch wenn es darum geht, die Auswirkungen der Fleisch- und Milchindustrie zu mindern, vor allem in Bezug auf die Methanemissionen, sind diese Mittel völlig unzureichend, da sie nicht an den Nachweis tatsächlicher Emissionsminderungen geknüpft sind. Das USDA stellt bereits fast 20 Milliarden Dollar für die Reduktion

von Treibhausgasen in der Landwirtschaft zur Verfügung (ein Großteil davon für technische Lösungen wie Biogasanlagen und Futtermittelzusatzstoffe), wird aber erst im Jahr 2024 mögliche Klimavorteile untersuchen. Neben all diesen Vorteilen haben die von der Industrie finanzierten Senatoren und Kongressabgeordneten beider Parteien in einem Präventivschlag zur Verhinderung einer Methanregulierung sogar Änderungsanträge eingebracht, um die Berichterstattung über Methanemissionen von landwirtschaftlichen Betrieben komplett zu stoppen.

In der EU hat die Agrarlobby den Green Deal, mit dem die europäische Wirtschaft bis 2050 auf Null Emissionen umgestellt werden sollte, erfolgreich zum Scheitern gebracht. Ein wichtiger Teil des Green Deal war die Farm to Fork-Strategie, die eine „grüne und gesündere Landwirtschaft“ mit einer deutlichen Reduzierung von chemischen Pestiziden und Düngemitteln vorsah. Farm to Fork erkannte, dass eine Umstellung auf eine pflanzlichere Ernährung mit weniger rotem und verarbeitetem Fleisch die Umweltauswirkungen des Lebensmittelsystems verringern würde.⁸ Neue Gesetze und die Überarbeitung bestehender Maßnahmen wurden versprochen. In diesem Bericht überprüfen wir elf politische Initiativen, die aus dem Green Deal hervorgegangen sind, und zeigen, wie die meisten von ihnen entweder abgeschwächt oder ganz fallen gelassen wurden. Das hat Auswirkungen weit über die aktuelle Legislaturperiode hinaus, denn die mächtige Lobbygruppe Copa-Cogeca hat es auch geschafft, eine Verpflichtung zur Reduzierung der landwirtschaftlichen Emissionen um 30% aus dem langfristigen Klimaziel für 2040 zu streichen.

Unsere Untersuchung hat ergeben, dass die 22 großen Fleisch- und Molkereikonzerne und die 25 wichtigsten Handelsgruppen, denen sie angehören, seit November 2014 fast 600 hochrangige Treffen mit der Europäischen Kommission (Kommissare, ihre Kabinette und Generaldirektoren) abgehalten haben.^A Außerdem haben

sie spezialisierte PR-Beratungsfirmen engagiert, von der Industrie dominierte NROs genutzt und neue Gruppen gegründet, wie European Livestock Voice, die hinter mehreren Fehlinformationskampagnen stand, um die Gesetzgebung zum Scheitern zu bringen und die Agenda der Industrie durchzusetzen. Nur sieben der Unternehmen geben ihre Lobbyarbeit im EU-Transparenzregister an. Sie beschäftigen 16 Lobbyisten und geben jährliche Ausgaben von 1,8 bis 2,4 Millionen Euro für die Lobbyarbeit bei den EU-Institutionen an. Dies zeigt, dass indirekte Lobbyarbeit über Industriegruppen, in denen große Fleisch- und Molkereikonzerne Mitglied sind, eine weitaus häufigere Taktik ist: Diese Gruppen haben zusammen 9,35 bis 11,54 Millionen Euro pro Jahr für die Lobbyarbeit bei der EU ausgegeben und beschäftigen 72 Lobbyisten. Diese öffentlich bekannt gegebenen Zahlen sind nur die Spitze des Eisbergs ihres Einflusses, da die Unternehmen auch auf nationaler Ebene zahlreiche Public-Affairs-Firmen und Lobbyisten einsetzen.

Das Verhindern von Maßnahmen zur Methanreduktion in der Landwirtschaft war ein spezifisches Ziel dieser Lobbyisten. Mit Hilfe von durch die Industrie finanzierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern stellen die Lobbyisten Methanemissionen als Teil eines biogenen Kreislaufs dar und werben bei verschiedenen öffentlichen Beratungen und Treffen für die industriefreundliche Kennzahl GWP*. Dieser Bericht enthüllt eine Reihe von Taktiken, um Maßnahmen zur Regulierung von Methan in der EU zu blockieren. Copa-Cogeca und die European Dairy Association (EDA) konzentrierten sich bei ihrer Lobbyarbeit auf das Argument, dass die Senkung der Methanemissionen einer doppelten Regulierung unterläge. Diese Taktik wurde als Reaktion auf die Richtlinie über nationale Emissionshöchstmengen (NEC), die Verordnung über die Lastenteilung und die Richtlinie über Industrieemissionen angewandt. Obwohl letztlich keine einzige dieser Richtlinien landwirtschaftliches Methan regelt, konnte mit der Angstmacherei vor einer doppelten Regulierung erreicht werden, jede Regulierung zu verhindern. Im internen Hintergrunddokument der EDA zum Thema „Milchwirtschaft und Green

^A Für Handelsgruppen, die nicht nur an Landwirtschaft arbeiten, sondern branchenübergreifend, umfasst diese Zahl nur die Treffen zu relevanten Themen (z. B. Landwirtschaft, Klima, Nachhaltigkeit, Verbraucherkennezeichnung), nicht alle Treffen.

Deal“ heißt es sogar Im Hinblick auf die Luftreinhaltung werden die Ammoniak-Ziele des NEC immer noch umgesetzt [Methan-Ziele wurden glücklicherweise aus dem Deal herausgenommen - jetzt wird es darauf ankommen, dafür zu sorgen, dass sie nicht wieder aufgenommen werden]“*.⁹



Die Taktik zum Einsatz bringen

Der Bericht untersucht auch, wie sich diese Taktiken in Echtzeit in verschiedenen Regionen auswirken. Die EU und die USA sind eindrucksvolle Beispiele dafür, wie der politische Einfluss von Big Meat and Dairy (der großen Fleisch- und Milchwirtschaft) und ihren Industriekonzernen dazu geführt hat, dass der Sektor seine eigene Regulierungsagenda festlegen konnte, was sich in einer Politik von „Zuckerbrot ohne Peitsche“ in Bezug auf Emissionen aus der Landwirtschaft niederschlägt.

Diese beiden mächtigen Regionen, in denen 13 der 22 untersuchten Unternehmen ihren Hauptsitz haben, spielen auch bei der Festlegung der globalen Agenda eine wichtige Rolle. Der Einfluss von Big Meat zeigte sich deutlich in der Sprache des Global Methane Pledge, in dem die Methanreduzierung in der Landwirtschaft auf „Anreize und Partnerschaften mit Landwirten“ beschränkt wird - ein Sieg, den die Fleischindustrie gefeiert hat. Auch unsere FAO-Fallstudie zeigt, dass die Industrie ihre Argumente zur Effizienzsteigerung des Sektors durch verschiedene technische Lösungen erfolgreich durchgesetzt hat und damit den wissenschaftlichen Konsens, dass das größte Emissionseinsparungspotenzial in einer Umstellung der Ernährung auf pflanzenreiche Kost liegt, ignoriert. Zwei wichtige Berichte, die die FAO während der COP28 in Dubai veröffentlichte, Pathways towards lower emissions¹⁰ und Achieving SDG 2 without breaching the 1.5 °C threshold: A global roadmap¹¹ wurden dafür kritisiert, dass darin eine industriefreundliche Sichtweise auf die Transformation der Lebensmittelsysteme übernommen und das Potenzial der Ernährungsumstellung deutlich heruntergespielt wurde.¹²

Unser Bericht zeigt auch, wie ähnliche Taktiken in anderen Teilen der Welt angewandt werden.



Neuseeland

In den letzten zwei Jahrzehnten hat die neuseeländische Milch- und Fleischindustrie, angeführt von mächtigen Lobbygruppen wie Dairy NZ und Federated Farmers, die Bemühungen um eine Regulierung der landwirtschaftlichen Emissionen durch eine Kombination aus politischer Einflussnahme, Desinformationskampagnen und Versprechungen zukünftiger technologischer Lösungen effektiv diskreditiert. Der Protest der Landwirte gegen die „Furzsteuer“ im Jahr 2003 hat zum Beispiel einen bescheidenen Vorschlag für eine Umweltabgabe zum Scheitern gebracht. Trotz mehrfacher Versuche, eine Preisgestaltung für landwirtschaftliche Emissionen einzuführen und die Landwirtschaft in das Emissionshandelssystem einzubeziehen, bleibt der Sektor von einer sinnvollen Klimaregulierung ausgenommen und produziert weiterhin, auf Kosten der Steuerzahler, fast die Hälfte der Treibhausgase des Landes. Kürzlich feierte der neuseeländische Māori-Vorsitzende Mike Smith einen Sieg, als der Oberste Gerichtshof zu seinen Gunsten entschied. Er verklagte fossile Brennstoff- und Molkereikonzerne, darunter auch Fonterra, mit der Begründung, dass diese Unternehmen ihm und anderen Gemeinden, die vom Klimawandel betroffen sind, gegenüber eine gesetzliche Verpflichtung haben.¹³ Das legt den Schluss nahe, dass rechtliche Schritte erforderlich sind, um die übergroßen Methanemissionen des Landes endlich zu reduzieren.



Australien

In Australien haben wir recherchiert, wie die Industrie mit erheblichen Ablenkungs- und Verzögerungstaktiken auf den Versuch der Regierung reagiert hat, dem Global Methane Pledge beizutreten. Die Industrie setzte auf Angstmacherei, um sich gegen diesen Schritt zu wehren. Sie behauptete, dass eine Verringerung der landwirtschaftlichen Produktion oder des Viehbestands die

Ernährungssicherheit gefährden könnte, sollte der Plan zu einer Verringerung führen.¹⁴ Die Big Ag Lobby befürchtete, dass mit der Unterzeichnung der Selbstverpflichtung regulatorische Maßnahmen eingeführt werden könnten, wie z. B. eine Steuer ähnlich der in Neuseeland, und schlug vor, durch „eine angemessene Konsultation“ Proteste der Landwirte zu vermeiden.¹⁵ Als die Regierung dem Pledge beitrug, überzeugte sie die Landwirte durch die Zusicherung, dass der Pledge nicht bindend sei, und durch das Versprechen, in technische Maßnahmen zur Emissionsreduzierung im Agrarsektor zu investieren.¹⁶



Großbritannien

Obwohl die britische Regierung Gastgeberin der UN-Klimakonferenz COP26 in Glasgow war und sich zum Global Methane Pledge verpflichtet hat, ist es ihr nicht gelungen, einen klaren Plan zur Verringerung der Methanemissionen umzusetzen. Der Einfluss großer landwirtschaftlicher Lobbygruppen wie der National Farmers Union (NFU) zeigt deutliche Spuren in der Politik. Freiwillige technische Lösungen und Biomethananlagen werden gefördert, oft auf Kosten kleinerer landwirtschaftlicher Betriebe und umfassender Klimamaßnahmen, wie einer Umstellung auf gesündere Ernährung in einem Land, das zu viel Fleisch und Milchprodukte konsumiert. Premierminister Rishi Sunaks Ausrichtung auf rechtsgerichtete Agenden und die Proteste der Landwirte gegen eine Netto-Null Politik werden als politischer Schachzug gesehen, um im Wahljahr Unterstützung zu gewinnen, trotz der öffentlichen Besorgnis über den Klimawandel und eines wachsenden Trends zur Senkung des Fleischkonsums.



Brasilien

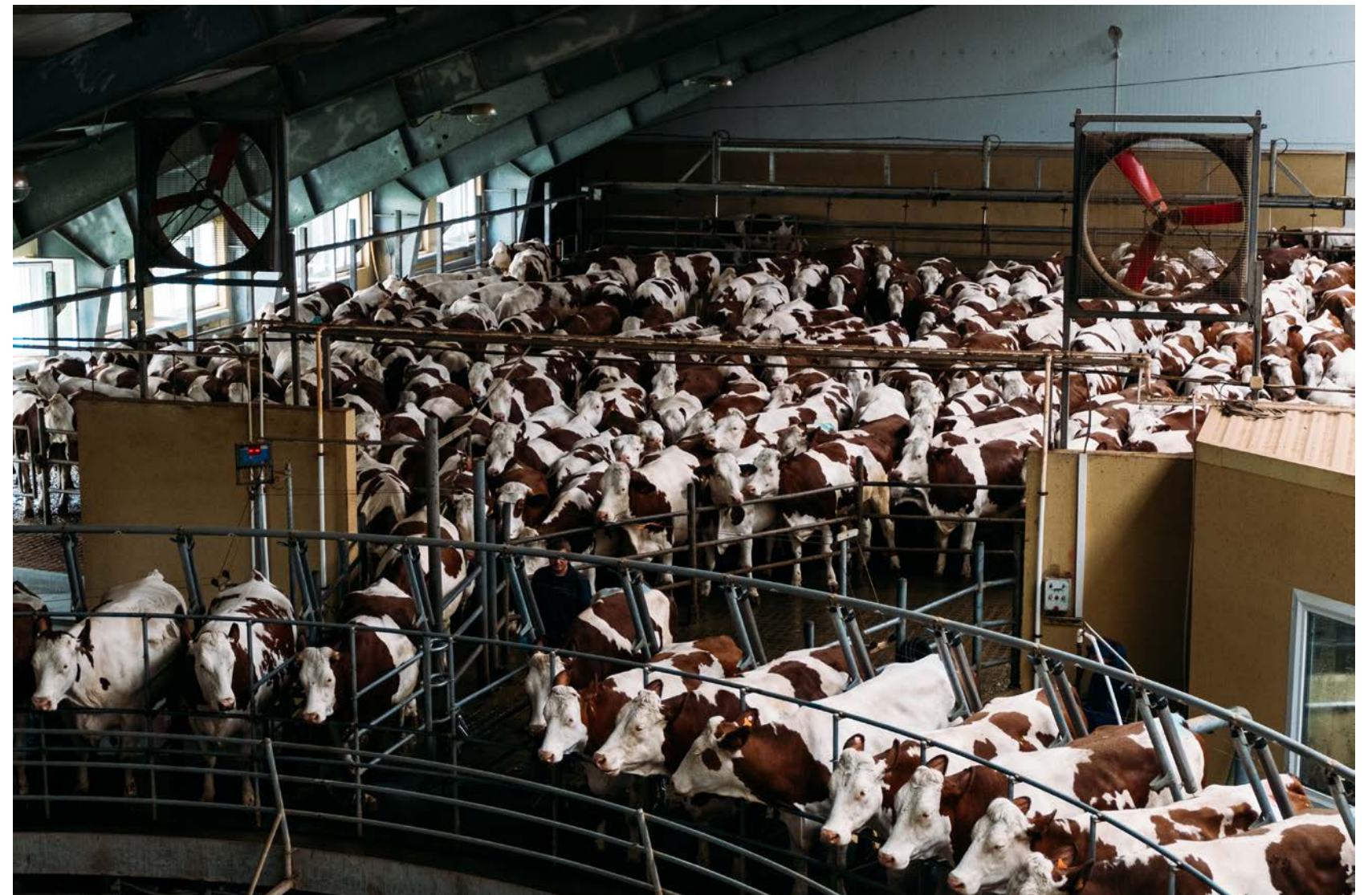
In der Fallstudie zu Brasilien wird der landwirtschaftliche Exzeptionalismus besonders deutlich. Brasilien ist der größte Rindfleischexporteur der Welt, das Bruttoinlandsprodukt hängt stark vom Agrarsektor ab, und das Land ist Sitz von drei mächtigen Fleischunternehmen: JBS, Marfrig und Minerva. Die Interessen der Industrie sind tief in die brasilianische Agrarpolitik und ihre ökologischen und sozialen Auswirkungen eingebettet. Bolsonaros Regierung hat die Interessen der Großbauern und Großgrundbesitzer massiv gestärkt, was zu einem deutlichen Anstieg der Abholzung und dem Abbau von Vorschriften und Schutzmaßnahmen geführt hat. Während die Regierung Lula versucht, einige dieser ökologischen Rückschläge rückgängig zu machen, sind die Interessen der Großagrarwirtschaft fest in den politischen Entscheidungsgremien und öffentlichen Institutionen verankert. Ihr Einfluss reicht von der Verharmlosung der Auswirkungen des Sektors auf das Klima und die Entwaldung, z. B. durch die Förderung des Treibhauspotenzials*, bis hin zur Förderung von Regulierungsansätzen, die nur Anreize bieten und technische Lösungen und freiwillige Maßnahmen bevorzugen. Die drei großen Unternehmen betreiben auch Ablenkungs- und Verzögerungstaktiken, werben mit Greenwashing für ihre Produkte und sprechen gezielt junge Menschen an, um ihren Ruf im In- und Ausland zu verbessern.



Italien

Unsere Fallstudie zu Italien konzentriert sich speziell auf das kürzlich erlassene Verbot von Zuchtfleisch und die Kennzeichnungsvorschriften für pflanzliche Produkte in diesem Land. Unsere Recherchen ergaben, dass sich die Desinformation im Internet in den entscheidenden Momenten des Gesetzgebungsverfahrens über das italienische Verbot von Zuchtfleisch häufte, darunter auch in den Wochen vor

dem Verbot selbst. In Online-Darstellungen wurde kultiviertes Fleisch als „fake“ oder „synthetisch“ bezeichnet und mit der Verschwörungstheorie des „Great Reset“ in Verbindung gebracht, um es als Bedrohung der italienischen Tradition und der Gesundheit darzustellen. Die Falschinformationen rund um das italienische Verbot von Zuchtfleisch beschränkten sich nicht auf lokale Akteure. Bemerkenswert ist, dass 80 % der Top-Influencer, die falsche Informationen verbreiteten, aus den USA, Großbritannien und Schweden stammten und englischsprachige Posts nutzten, um Italiens Politik mit breiteren globalen Verschwörungen zu verbinden. In Beiträgen von Influencern wie Bev Turner und Peter Sweden wurde das Verbot als Teil eines Kampfes gegen eine „globale Elite“ dargestellt, wobei Italien ein Vorbild für andere Länder wäre, die sich gegen moderne Lebensmitteltechnologien und Umweltrichtlinien wehren.



Fazit

Dieser Bericht zeigt die Macht der Lobbygruppen von Big Meat und Dairy, die auf der ganzen Welt für die Aufrechterhaltung des Status quo kämpfen und Klimaschutzmaßnahmen wie Ernährungsumstellungen und die Einführung alternativer Proteine blockieren. Die Taktiken ähneln denen von Big Oil, deren Schädlichkeit für das öffentliche Interesse inzwischen weithin entlarvt ist, doch der Einfluss von Big Meat und Dairy bleibt unbemerkt und sie profitieren weiterhin von der Sonderstellung der Landwirtschaft. In den USA fließen etwa 800-mal mehr öffentliche Mittel und 190-mal mehr Lobbygelder in die Promotion tierischer Lebensmittel als in alternative Produkte.¹⁷ In der EU fließen etwa 1.200 Mal mehr öffentliche Gelder und 3 Mal mehr Lobbygelder in tierische Lebensmittel.¹⁸ Alternative Proteine sind eine vielversprechende Technologie, aber sie erhalten nur einen Bruchteil der Investitionen, die in anderen Bereichen eingesetzt werden. Das blockiert den Fortschritt bei der Entwicklung von Lösungen für den Klimaschutz im Lebensmittelsektor.

In einem Bericht der Boston Consulting Group wurde festgestellt, dass pflanzliche Proteine pro investiertem Dollar die höchsten CO₂-Einsparungen aller Sektoren aufweisen und bei den Verbrauchern auf großes Interesse stoßen. Auch die Markttrends zeigen, dass es einen großen Appetit auf pflanzliche Lebensmittel gibt. Eine Umfrage in 31 Ländern ergab, dass im Jahr 2022 im weltweiten Durchschnitt 44% der Verbraucher/innen „weniger Fleisch essen oder es durch Alternativen

ersetzen würden, um ihren Beitrag zum Klimawandel zu verringern“.¹⁹ Auch Millennials versuchen eher, kein Fleisch zu essen²⁰, und 22% der Weltbevölkerung sind Vegetarier*innen²¹. Auch Aktionen wie der Veganuary werden von Jahr zu Jahr bedeutender, im Januar 2024 waren schätzungsweise 25 Millionen Menschen daran beteiligt²².

Die Klimawissenschaft ist eindeutig: Die Maßnahmen, die wir in diesem Jahrzehnt ergreifen, werden die Temperaturen und die Welt, in der wir leben, in den kommenden Jahrzehnten bestimmen. Die Viehwirtschaft ist nicht nur eine bedeutende Quelle von Treibhausgasemissionen, sie ist auch besonders anfällig für die Auswirkungen des Klimawandels, die Landwirte genau wie alle anderen Menschen überall spüren. Die Studien zeigen, dass sich die Auswirkungen des Klimawandels bei einem weiteren Temperaturanstieg noch verschärfen werden, was nicht nur erhebliche finanzielle Folgen für die Branche, sondern auch potenziell katastrophale Auswirkungen auf die globale Ernährungssicherheit haben wird, wovon die Schwächsten am stärksten betroffen sind. Da sich die Industrie gegen jede Reduzierung der Tierbestände und den Übergang zu einer gesünderen, pflanzlicheren Ernährung wehrt, müssen wir dringend Maßnahmen ergreifen, um die Industrie zu regulieren, die Emissionen zu reduzieren und in Alternativen zu investieren. Genau wie Big Tobacco und Big Oil unter die Lupe genommen werden, muss das auch für Big Ag, die Riesen der Agrarindustrie, geschehen.

Referenzen

1

Charles, K. (2021) Food production emissions make up more than a third of global total New Scientist, 30. September 2021. [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.newscientist.com/article/2290068-food-production-emissions-make-up-more-than-a-third-of-global-total/>

2

United Nations Environment Programme and Climate and Clean Air Coalition (2021) Global Methane Assessment: Benefits and Costs of Mitigating Methane Emissions. Nairobi: United Nations Environment Programme [ONLINE] Verfügbar unter: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/35917/GMA_ES.pdf

3

Clark, M. et al. "Global food system emissions could preclude achieving the 1.5° and 2°C climate change targets" Science (2020); 370: 705-708. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aba7357>

4

McCormick, B. Jr Animal Law & Policy Program Harvard Law School (2024) News: Climate and agriculture scientists set the record straight – emissions from the livestock sector must decline by 50% this decade, and some countries should do more than others, 12 March 2024. [ONLINE] Verfügbar unter: <https://animal.law.harvard.edu/news-article/paris-compliant-livestock-report/>

5

Changing Markets Foundation (2020): Talking Trash: The corporate playbook of false solutions to the plastic crisis [ONLINE] Verfügbar unter: <https://changingmarkets.org/report/talking-trash-the-corporate-playbook-of-false-solutions-to-the-plastic-crisis/>

6

Michael Clark et al. "Global food system emissions could preclude achieving the 1.5° and 2°C climate change targets" Science (2020); 370: 705-708. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aba7357>

7

US Treasury (2023) The Inflation Reduction Act: Pro-growth climate policy [https://home.treasury.gov/news/featured-stories/the-inflation-reduction-act-pro-growth-climate-policy#:~:text=The%20Inflation%20Reduction%20Act%20\(IRA,investment%20in%20our%20economic%20growth.](https://home.treasury.gov/news/featured-stories/the-inflation-reduction-act-pro-growth-climate-policy#:~:text=The%20Inflation%20Reduction%20Act%20(IRA,investment%20in%20our%20economic%20growth.)

8

US Treasury (2023) The Inflation Reduction Act: Pro-growth climate policy [https://home.treasury.gov/news/featured-stories/the-inflation-reduction-act-pro-growth-climate-policy#:~:text=The%20Inflation%20Reduction%20Act%20\(IRA,investment%20in%20our%20economic%20growth.](https://home.treasury.gov/news/featured-stories/the-inflation-reduction-act-pro-growth-climate-policy#:~:text=The%20Inflation%20Reduction%20Act%20(IRA,investment%20in%20our%20economic%20growth.)

9

European Dairy Association, The Dairy Sector and the Green Deal [internal document], 2019. Verfügbar unter: http://www.euromilk.org/fileadmin/user_upload/Public_Documents/EDA_Position_papers_-_Fact_Sheets/Sustainability/EDA_Paper_-_Green_Deal_communication_-_Dec._2019.pdf

10

FAO. 2023. Pathways towards lower emissions – A global assessment of the greenhouse gas emissions and mitigation options from livestock agrifood systems. Rome <https://doi.org/10.4060/cc9029en>

11

FAO (2023) Achieving SDG 2 without breaching the 1.5 °C threshold: A global roadmap, [ONLINE] Verfügbar unter: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/61c1ab4e-32f7-47c4-b267-d6410bb1dac3/content>

12

Academics requesting retraction of FAO report that misrepresents their research (2024). [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.universiteitleiden.nl/en/science/environmental-sciences/research/food>

13

Mridul, A. (2024) Maōri Leader Wins NZ Court Appeal vs Dairy & Fossil Fuel Companies. Green Queen, 10 February [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.greenqueen.com.hk/new-zealand-climate-change-court-case-smith-v-fonterra>

14

Murphy, K. (2022) Australian farmers warn PM not to rush into Biden's global methane pledge. *The Guardian*. 23. Juni 2022 [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/australia-news/2022/jun/23/australian-farmers-warn-pm-not-to-rush-into-bidens-global-methane-pledge>

15

Clarke, T. (2022) 'Killing jobs': Coalition rejects methane pledge. *Skynews*. 13. Oktober 2022. [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.skynews.com.au/australia-news/politics/coalition-warns-labor-will-legislate-methane-pledge-and-destroy-australian-farming-jobs-amid-concerns-of-burp-tax/news-story/24dbb3c5146bcf5415dec422cc79cde7>

16

Department of Climate Change, Energy, the Environment and Water (2022) *Australia joins Global Methane Pledge*. [ONLINE] Verfügbar unter: <https://minister.dcceew.gov.au/bowen/media-releases/australia-joins-global-methane-pledge>

17

Vallone, S. Lambin, E.F. (2023) Public policies and vested interests preserve the animal farming status quo at the expense of animal product analogs [https://www.cell.com/action/showPdf?pii=S2590-3322\(23\)00347-0](https://www.cell.com/action/showPdf?pii=S2590-3322(23)00347-0)

18

Vallone, S. Lambin, E.F. (2023) Public policies and vested interests preserve the animal farming status quo at the expense of animal product analogs [https://www.cell.com/action/showPdf?pii=S2590-3322\(23\)00347-0](https://www.cell.com/action/showPdf?pii=S2590-3322(23)00347-0)

19

Statista (2022) Share of consumers that are likely to eat less meat or replace it with alternatives to limit their contribution to climate change in selected countries worldwide in 2022 [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.statista.com/statistics/1310155/consumers-trying-to-reduce-meat-consumption-due-to-meat-impact-on-climate/>

20

Great Green Wall (2024) *Vegetarian statistics 2024, surprising facts & data* [ONLINE] Verfügbar unter: <https://www.greatgreenwall.org/supplements/vegetarian-statistics/#:~:text=Over%201.5%20Billion%20people%20worldwide,vegetarian%20because%20of%20economic%20reasons.>

21

World Animal Foundation (2024) *Shifting attitudes towards meat consumption: understanding vegetarian statistics* [ONLINE] Verfügbar unter: <https://worldanimalfoundation.org/advocate/vegetarian-statistics/>

22

Veganuary (2024) *Increasing participation* [ONLINE] Verfügbar unter: <https://veganuary.com/about/increasing-participation/>

