



Protest gegen Monsanto in Österreich, 2014 (Foto: Die Grünen Kärnten / flickr, #Monsanto 280++, bit.ly/2baMMuL, creativecommons.org/licenses/by/2.0)

Wie Monsanto seine Produkte rechtfertigt

Veröffentlicht am: 15.08.2016

Der Gentechnik-Konzern Monsanto steht immer wieder in der Kritik. Seine Kommunikationsabteilung versucht, den öffentlichen Diskurs zu formen und so die eigenen Produkte zu legitimieren. Amerikanische Soziologinnen haben nun Tausende Dokumente der Monsanto-Webseite ausgewertet.

Diese fanden die Forscherinnen der University of Tennessee auf der aktuellen Internetseite des Gentech- und Pestizidgiganten sowie im Internet Archiv, das Zeitreisen in die digitale Vergangenheit ermöglicht. 1.200 Dokumente werteten sie aus, von der Pressemitteilung

über Redemanuskripte bis zum Jahresbericht. Veröffentlicht wurde ihre Studie im Fachmagazin Environmental Communication.

Ein Ergebnis: Monsanto habe über die vergangenen 18 Jahre versucht, Informationen abstrakt und anonym aufzubereiten, um „Machtverhältnisse“ zu „maskieren“. Details darüber, wer im Konzern was genau tue, seien verschleiert oder weggelassen worden. Gleichzeitig seien häufig wissenschaftliche Prinzipien angeführt worden, um die Unternehmenspolitik zu legitimieren. Ab der Jahrtausendwende habe sich Monsanto in globale Diskurse über Nachhaltigkeit eingeklinkt, um „Biotechnologie zu entpolitisieren und politische Eingriffe zu delegitimieren“, so die Wissenschaftlerinnen.

Von 1996 bis 1999 konzentrierten sich die Kommunikationsexperten des Konzerns der Studie zufolge noch darauf, Monsantos Umstrukturierung vom Chemiekonzern – das Patent auf den Herbizidwirkstoff Glyphosat sollte im Jahr 2000 auslaufen - hin zum Gentechnik-Marktführer zu erklären. In den frühen 2000er Jahren lag der Fokus dann darauf, die Produkte und die gesamte Ausrichtung des Unternehmens als „nachhaltig“ zu verkaufen und Monsanto als verantwortungsbewusst darzustellen. Von 2006 bis 2013 wurde schließlich die scheinbar soziale Ader Monsantos in den Blickpunkt gerückt – also der Kampf gegen den Hunger mittels Hochleistungssaatgut oder die finanzielle Unterstützung von Wohltätigkeitsorganisationen. Alle Spuren neoliberaler Sprache, die in den 1990ern dominiert habe, seien entfernt worden, so die Forscherinnen.

Erst letzte Woche teilte der Konzern auf seiner Webseite mit, ehrenamtlich engagierte Mitarbeiter hätten den 12. August zum „Monsanto Gives Back Day“ ausgerufen.

Monsanto ist der größte Hersteller von gentechnisch verändertem Saatgut und hält zahlreiche Patente auf Gentechnik-Organismen, aber auch auf konventionell gezüchtete Pflanzen. Unter dem Markennamen „Roundup“ vertreibt das Unternehmen mit Sitz in St. Louis weiter Glyphosat-Mischungen, auch wenn es mittlerweile viele Produzenten des Herbizids gibt – insbesondere in China. Der deutsche Chemie-, Pharma- und Agrarkonzern Bayer verhandelt zurzeit über einen Kauf des US-amerikanischen Konkurrenten. Eine nachgebesserte Offerte Bayers von über 60 Milliarden Dollar lehnte Monsanto im Juli jedoch ab. [dh]

Links zu diesem Artikel

- Jenna A. Lamphere & Elizabeth A. East (2016): Monsanto's biotechnology politics: discourses of legitimation, Environmental Communication (Juli 2016)
- WISSEN: Unternehmen & Wirtschaft
- WISSEN: Risiken der Agro-Gentechnik
- WISSEN: Pflanzen & Tiere - welche Organismen werden gentechnisch verändert? Und zu welchem Zweck?

- Dossier: Gentechnik & Glyphosat ("Roundup")