



*klimasmia*

**NÅR EN SVART  
BRANSJE  
GRØNNVASKES**

**Kolofon:**

Rapporten er skrevet av Andrew P. Kroglund,  
generalsekretær i Besteforeldrenes klimaaksjon.

En stor takk til Bjørghild des Bouvrie, Harold Leffertstra,  
Linda Rundquist Parr, Alf Engdal og Halfdan Wiik.

Design: [www.melkeveien.no](http://www.melkeveien.no)

Trykket hos: Colormaster

Rapporten kan lastes ned hos:  
<https://www.besteforeldreaksjonen.no/>

# ET VARSKO

Verden står overfor alvorlige og skadelige klimaendringer som på ulike måter truer vår klode. I særlig grad trues fremtidige generasjoner. Som Vest-Europas største produsent av olje og gass og med vår ufattelige rikdom fra disse kilder, har Norge et særlig ansvar for å beskytte egne og andre lands borgere fra ytterligere klimaskader.

Det ligger i navnet vårt: Besteforeldrenes klimaksjon (BKA) har som oppgave å kjempe for alle barnebarn og barns klimafremtid. Vår generasjon har et medansvar for klimasituasjonen i dag, og for å aksjonere før det er for sent. Vi vil bidra til å stanse utviklingen, og til fremtidstro og optimisme hos våre etterkommere.

BKA forholder seg til Grunnloven § 112 om retten til et miljø som sikrer befolkningens helse og en langsiktig bruk av naturressursene som tar hensyn til etterslekten. Vi forholder oss til FNs Barnekonvensjon og til all norsk lovgivning for beskyttelse av barns interesser.

De langsiktige helsekonsekvenser av den negative klimautviklingen vil bli alvorlige. For å redusere disse er det nødvendig at snarlige utslippstiltak blir iverksatt. Dette er sist vist i IPCCs delrapport 2 som ble fremlagt 28.02.22. Denne viser heterelaterte sykdommer og dødelighet avhengig av hvordan den globale temperatur utvikler seg. I det mest optimistiske scenario med 2 graders stigning, vil det foreligge en moderat, men klar risiko for helseskader. Andre undersøkelser viser lignende helsemessige konsekvenser av klimaendringene, ikke minst for sårbare barn og deres mentale helse.

Derfor har BKA utarbeidet denne rapporten for å avdekke og arbeide mot myndighetenes og fossil-selskapenes dobbeltkommunikasjon og forsøk på å gi inntrykk av at mer olje og gass er nødvendige forutsetninger for en klimamessig grønn omstilling.

**Steinar Winther Christensen,**  
*styreleder i BKA*

# INNHOOLD

ET VARSKO .....	3
BKAs KONKLUSJONER, ANBEFALINGER OG KRAV TIL REGJERINGEN .....	5
BAKGRUNN: FOSSILT MOT GRØNT NÆRINGSLIV .....	7
UTDYPENDE ARGUMENTASJON .....	11
<i>Equinor – flinke grønnvaskere</i> .....	13
<i>Forbudet mot tobakksreklame – eksempelet vi bør følge?</i> .....	15
<i>Men hva med teknologi og avbøtende tiltak?</i> .....	17
NOEN SLUTTBETRAKTNINGER .....	18

# BKAs KONKLUSJONER, ANBEFALINGER OG KRAV TIL REGJERINGEN

Fossile produkter, i likhet med tobakk, er varer som produseres og selges lovlig, selv om de er skadelig for helse, miljø og klima.

Det gjelder også nå i den vanskelige tiden vi gjennomlever, der Europa må fri seg fra sin gassavhengighet og hvor norsk og annen gass i en overgangperiode blir mer etterspurt.

Vi må likevel ha to tanker i hodet samtidig. Hvert år med forsinkelse av en nødvendig utfasing av fossile produkter reduserer betydelig muligheten for å nå Paris-målet. Samtidig øker belastningene for verdenssamfunnet i form av omstillingskostnader, tilpasningskostnader og erstatninger for tap og skade.

Reklame for fossile energibærere villeder forbrukerne ved å beskrive det fortsatte forbruket av fossilt brensel som akseptabelt, normalt og til og med uunngåelig. Det er et forbrukerbedrag å stadig referere til miljøet, klimaet, det grønne skiftet og til påståtte samfunnsmessige fordeler av fortsatt satsing på fossile energibærere. Det er grønnvasking.<sup>1</sup>

Vi hevder ikke at den prosessen og de kravene vi fremmer vil bli lett. Men EU sier at de vil arbeide enda mer målrettet med å utfase olje og gassavhengigheten sin, etter Russlands brutale overgrep mot Ukraina. Vårt eget lokomotiv innenfor denne bransjen, Equinor, leverte i mai 2022 sitt beste kvartalsregnskap noensinne. Dette skyldes i stor grad økte priser på verdensmarkedet som følge av krigen i Ukraina. Selv om gass da blir en viktig overgangsløsning på vei mot det grønne skiftet vi må gjennom, kan likevel et forbud mot reklame og en helseadvarsel på slike produkter være del av veien vi må gå. Vi ønsker å fremme debatten om dette.

## **DERFOR SETTER BESTEFORELDRENS KLIMAAKSJON FØLGENDE KRAV TIL REGJERINGEN:**

- I påvente av at det blir innført forbud mot alle former for fossil reklame, ber BKA regjeringen om å innføre et påbud om at enhver reklame for fossile produkter må ledsages av en advarsel mot skadevirkningene for helse, miljø og klima.

## **VIDERE ANBEFALINGER:**

- BKA fraråder sivilsamfunnsorganisasjoner, kulturinstitusjoner og idrettsbevegelse om å ta imot sponsormidler fra Equinor og andre fossil-selskaper.

---

<sup>1</sup> **Grønnvasking:** Målrettet aktivitet fra oljeindustrien for å fremstille fossile produkter som nødvendige og endog miljøvennlige. Omfatter reklame for oljeselskaper der de fremstår på samme måte.

**Fossil reklame:** Reklame for fossile produkter av alle slag – bensin, andre petroleumsprodukter, fossildrevne biler, produkter som inneholder fossilt baserte komponenter osv.

- BKA ser at avbøtende tiltak som karbonfangst- og lagring, har en rolle å spille i det grønne skiftet. Vi vil likevel fraråde at dette fremstilles som løsning på klimakrisen. innsatsen må konsentreres om karbonfri energi og energisparing.
- Equinor skal trekke seg ut av American Petroleum Institute (API), Fuels Europe og Australian Petroleum Production and Exploration Association (APPEA), samt annet samarbeid med selskaper som aktivt har bremset nødvendig klimaomstilling gjennom blant annet villedende informasjon og reklame.

**BKA BER OGSÅ REGJERINGEN GJENNOM SITT EIERSKAP I EQUINOR OM Å SØRGE FOR FØLGENDE TILTAK:**

- Equinor må forsere overgangen fra fossil slik at 75 % av selskapets investeringer i 2030 er innenfor fornybar-området.
- Equinor skal fra 2023 sette av 10 prosent av alle inntekter til tap og skade fra fossil energi. utbetales årlig til FNs klimafond.



# BAKGRUNN: FOSSILT MOT GRØNT NÆRINGS LIV

De fleste av oss tror at et grønt næringsliv på sikt vil vinne konkurransen mot fossilindustrien, skriver Svein Tveitdal, veteran i Besteforeldrenes klimaaksjon, tidligere UNEP-direktør med ansvar for sekretariatet til FNs klimapanel.

I en artikkel på [BKAs hjemmesider](#) i januar 2022, oppsummerer Tveitdal hvilken ny strategi hos fossilindustrien vi nå står overfor:

*«Hadde vi hatt tid, kunne vi overlatt det grønne skiftet til markedet. Men så langt er fossilindustrien vinneren. Før støttet de klimaskeptikere for å så tvil, nå er bevisene så overveldende at strategien er endret. Nå støtter selskapene Parisavtalen på papiret, men lobber for at det er etterspørselen som må bestemme takten i det grønne skiftet, ikke begrensinger i produksjon av kull, olje og gass som FN sier er nødvendig.»*

Strategien har lyktes, ifølge Tveitdal. 13 av 15 olje- og gassproduserende land, blant dem Norge, planlegger til sammen å produsere over dobbelt så mye som tillatt for å begrense oppvarmingen til 1,5 grader. Dersom disse planene ikke er endret radikalt i slutten av tiåret, frykter Tveitdal at kloden kommer til å oppleve katastrofale klimaendringer fram mot århundreskiftet.

Og Tveitdal har helt rett. De grunnleggende fakta om klimakrisen er entydige: mesteparten av våre fossile energireserver må forbli ubrukte for at vi skal klare Parisavtalens mål om 1,5 grader celsius gjennomsnittlig global oppvarming frem mot 2050.

Mange i fossilindustrien sier at de deler dette målet. Samtidig mobiliserer bransjen for at samfunnet fortsatt skal være avhengig av fossile produkter. Dette gjør de gjennom daglig drift, reklamekampanjer og målrettet arbeid for å åpne nye olje- og

gassfelt i sårbare områder som i Barentshavet. Påstanden «verden vil være avhengig av olje/gass i mange år ennå», er selvoppfyllende. Slike «sannheter» om nødvendigheten av fortsatt investering i og produksjon av olje/gass vil få produsenter av biler, skip og fly, kraftanlegg, industri og infrastruktur til å fortsette å utvikle, produsere og markedsføre produkter som drives av det fossile.

Vitenskapen sier at det fortsatt er mulig å oppnå Parisavtalens intensjon om å holde seg tett ved 1,5 °C, – men vi må i så fall halvere utslippene våre innen 2030, og dramatisk øke andelen fornybare ressurser i denne tidsperioden. Det betyr noen tøffe valg og prioriteringer slik at ikke klimakampen ender opp med store, ødeleggende naturinngrep. Det betyr også at vi i de rike landene må endre vår innstilling til egen samfunnsutvikling; vi må gå fra å fokusere på økt levestandard til å fokusere på livskvalitet. Evig økonomisk vekst kan ikke være alle tings mål. Det Europeiske miljøbyrået (EEA) konkluderer på en liknende måte i rapporten «[Growth without economic growth](#)» (2021). Økningen i produksjon, forbruk og ressursuttak drevet som en konsekvens av økonomisk vekst, har en ødeleggende effekt på natur og menneskelig helse.

## **MANGE JOBBER FOR FRIKOBLING FRA DET FOSSILE – HVORFOR IKKE OGSÅ VI?**

Det er en verdensomspennende bevegelse der ute som jobber for en frikobling fra det fossile produksjonssystemet. Et av de toneangivende miljøene er bevegelsen [350.org](#). De kjører hardt mot fossilindustriens enorme påvirkning.

Andre, som den britiske organisasjonen ClientEarth, publiserte i 2021 rapporten *The Greenwashing Files: Uncover the Whole Truth*. Der blir alle store petroleumsbedrifter, bl.a. Equinor, anklaget for grønnvasking. FNs miljøorganisasjon, UNEP, sammen med flere andre, var også helt klare i sin **Production Gap rapport** fra 2022. Det kan ikke produseres mer fra nye felt.

Slike rapporter er viktige. De peker på at det er planer om å produsere 120 % mer fossilt brensel innen 2030 enn det som er forenlig med Parisavtalen. Det betyr, slik vi ser det, at selskap som fortsatt driver med leting etter fossile ressurser ikke kan kalle seg «bærekraftige». Dersom disse selskapene mener alvor med «bærekraft», må de omgående vri investeringene fra fossilt til fornybart samt arbeide for energisparing slik at de kan levere lavutslippenergi til sine kunder.

Rapporten **The Fossil Fuelled 5. Comparing Rhetoric with Reality on Fossil Fuels and Climate Change** (2021), skrevet av Freddie Daley, University of Sussex og *The Fossil Fuel Non-Proliferation Treaty Initiative*, hevder at velstående land som Norge, sammen med Storbritannia, USA, Canada og Australia, har et ekstra ansvar for klimakrisen. Den hevder også at dette er de landene i verden som har størst sprik mellom retorikk og praksis. Hvordan henger det sammen? Jo, samtidig som disse fem landene promoterer 1,5-gradersmålet, driver de politikk som står i strid med denne målsettingen. Rapporten peker på at den norske regjeringen bare i 2021 har utstedt over 60 lisenser for produksjon av fossilt brensel og lyst ut 84 nye leteområder på den norske kontinentalsokkelen. Vi kan også legge til at den nye norske regjeringen den 18. januar 2022 tilbød fossilselskapene 53 nye tillatelser til videre oljeleting i såkalte modne områder.

Dette skjer selv om fossilt brensel er den desidert største bidragsyteren til klimaendringer, ansvarlig for 86 % av CO<sub>2</sub>-utslippene det siste tiåret. I den nevnte rapporten skriver Freddie Daley at nesten to tredjedeler av klimagassene tilført atmosfæren siden begynnelsen av den industrielle revolusjonen, kan spores tilbake til 90 fossilselskaper.

Likevel igangsetter denne type selskap markedsføringskampanjer som gir inntrykk av at de er i forkant av en rask overgang til lavkarbonsamfunnet. Og de bruker i økende grad sosiale medier idet de målretter fremstøt også mot yngre målgrupper, via idrett og kultur og gjennom betalte influensere. Det nye flotte Munch-museet i Oslo, for eksempel, sponses av flere oljeselskap, noe som har ført til **protester fra kunstmiljøer** og miljøorganisasjoner. Munchs Skrik er kanskje et godt bilde på situasjonen? Slike protester er en internasjonal trend som vil øke på, eksemplifisert ved at studenter og forskere tok seg ulovlig inn i Londons berømte Science Museum høsten 2021. **Protesten deres varte i over 12 timer**. De rettet søkelyset mot museets fossile sponsopolitikk, med penger fra blant annet Shell, BP, Equinor og Adani.

Noen selskaper gjør selvsagt mer for å vri investeringene sine mot grønne løsninger. Og hva er vel galt med å fremheve enkeltstående gode grønne prosjekter? Problemet oppstår om vi ser på disse selskapenes totale portefølje og virksomhet og de miljøskader de står for. Da får vi en virkelighet preget av for liten vilje til omstilling. Følger vi konsekvenstankegangen fra FNs klimapanel kan vi hevde at dette i ytterste konsekvens setter menneskerettigheter over hele verden i fare.

I 2019 anklaget tidligere nevnte ClientEarth selskapet British Petroleum (BP) for grønnvasking gjennom deres store reklamekampanje «Possibilities Everywhere». BP trakk kampanjen før klagen ble behandlet. ClientEarth ber nå politikere om å være mer offensive på området og å forby all reklame for fossile energikilder som ikke er merket med et varsel, slik tobakksreklame er. Varselet skal si noe om den risikoen produktet utgjør for både planeten og for menneskers helse.

#### **FOLKELIG MOBILISERING PÅ GANG I EU**

I EU-området foregår noe liknende via en egen folkeaksjon med tittelen *Ban Fossil Fuel Advertising!*

Den oppfordrer EU-kommisjonen til å foreslå en ny EU-lovgivning som innebærer at:

- EU forbyr reklame for fossilt brensel, samt for-



byr reklame for transport drevet av fossilt brensel.

- EU forbyr reklame fra alle foretak som er aktive på markedet for fossilt brensel, spesielt med å utvinne, raffinere, levere, distribuere eller selge fossilt brensel.
- EU innfører forbud mot sponing fra denne type foretak.

Folkeaksjonen hevder at en slik lov faller inn under EUs kompetanseområde i og med at den regulerer det indre markedet ved å styrke forbrukervernet, samt at den vil føre til et høyere folkehelsenivå og en styrking av EUs miljøvernarbeid. I tillegg vil en slik lovgivning øke offentlig bevissthet om produkter og teknologier som er ansvarlige for klimaendringer og andre miljø- og helseskader. Som sådan vil den forfølge mål som allerede ligger til grunn for EUs miljø- og forbrukervernpolitikk.

Norge står utenfor EU, og vi kan som enkeltborgere ikke være med på å signere denne kampanjen. Men vi i BKA spør oss likevel: Er det grobunn for å tenke i de samme baner her hjemme? Kan vi se for oss at fossil reklame forbys? At vi sier nei til grønnvasking? Eller i det minste at denne type reklame kommer med en «helseadvarsel»?

Det franske parlamentet har vedtatt en **lov** som forbyr reklame for fossil energi. I 2028 forventes også en lov som forbyr reklame for de mest forurensende biltypene.

**Amsterdam kommune** har vedtatt å forby all fossil reklame i sine t-bane-rom. **New York City** har nettopp saksøkt en rekke petroleumsbedrifter for deres villedende reklame og undergravende virksomhet. (Mye av denne informasjonen kan hentes fra organisasjonen <https://verbiedfossielereclame.nl/only-words/>)

Kan vi innføre noe som ligner forbudet mot tobakksreklame? Kunne Oslo gjøre det? Eller Bergen, Trondheim eller Tromsø?

Vi i BKA vil argumentere for dette. Vi støtter oss tungt på artikkelen **Smoke Gets in your Eyes: Misleading Fossil Fuel Advertisement in the Climate Crisis**. Den ble publisert i *Journal of European Consumer and Market Law*, nr. 1/2021, og er skrevet av Clemens Kaupa, fra Vrije Universiteit Amsterdam.

En fin oversikt over alle internasjonale initiativ finner vi ellers hos den nederlandske organisasjonen <https://verbiedfossielereclame.nl/only-words/>





Bildet er manipulert. Illustrasjon: Colourbox/Marius Vælle



# UTDYPENDE ARGUMENTASJON

For å nå Parisavtalens målsetninger fra 2015 må klimagassutslippene reduseres med 50 % innen 2030 (fra 2090-nivå).

Likevel opplever vi at fossilbransjen (inkludert produsenter av lystbåter, biler mm) pøser på med fine glansede annonser for deres produkter. Rent intuitivt spør flere og flere seg: Undergraver ikke dette Paris-målene? Har ikke FNs generalsekretær kalt de siste rapportene fra det internasjonale klimapanelet, IPCC, for «kode rød»? Har han ikke samtidig sagt at dette er kroken på døra for ny oljeleting? Sa ikke også den siste rapporten fra **Det internasjonale energibyrået** (IEA) det samme?

Jo. Men likevel reklamerer den internasjonale oljebransjen overbevisende for sine produkter, og de peker på de utslippsbanene i IPCCs 1,5 graders scenarier som også omfatter bruk av fossilt. Her hjemme sponser Equinor norsk skiidrett, «morgendagens helter» og flere kulturaktører. Det er mange av mottagerne glade for, selv om det også i disse miljøene finnes kritiske motstemmer.

Equinor gjør dette fordi de er dyktige fagfolk, de vet at reklame og synlighet gir gevinst og godt omdømme. Likeledes vet alle som har sett serien *Lykkeland* på NRK at vi har mye å takke denne industrien for. (Eller kanskje først og fremst klarsynte politikere, med norske **oljebud** og sterk statlig styring?)

Equinor og andre selskap har enorme reklame- og påvirkningsbudsjett. Vi lar oss alle påvirke, politikere inkludert. Dette bidrar til fortsatt investering i karboninfrastruktur, noe som låser Norge fast til karbondalderen i mange tiår fremover. Da blir det mindre fokus på og midler til å satse på fornybar energi eller energieffektive løsninger. Senest i

2021 ble covid-stimuleringspakkene den største kapitalinnsprøytingen norsk olje- og gass-sektor noensinne har sett.

Men en vellykket energiomstilling krever endringer på alle samfunnsområder: Energi- og transportinfrastrukturen må bygges om, forretningsmodeller må kritisk ettergås og dypt inngrodde forbruksmønstre må endres.

Fossilindustrien har en direkte økonomisk interesse i å opprettholde karbonbaserte forbruksmodeller. Det planlegges for eksempel en meget stor global økning i plastproduksjonskapasitet i tiårene framover, og dette krever olje. (Det viser selskapet Aramcos satsing på ekstremt forurensende petrokjemisk industri og plastproduksjon, rapportert i *Le Monde Diplomatique* i februar 2022.) Hele den globale forretningsideen er bygget på fortsatt leting, utvinning og salg av fossilt brensel. Verdien på selskapet er direkte knyttet til deres påviste reserver. Følger verden Paris-målet om å begrense global oppvarming til 1,5 grader, så må mellom 60 – 90 prosent av alle verdens kjente fossile reserver bli liggende urørt. En av de siste estimatene på dette ble publisert i **Nature**, 8. September 2021 og sier:

*«By 2050, we find that nearly 60 per cent of oil and fossil methane gas, and 90 per cent of coal must remain unextracted to keep within a 1.5°C carbon budget.»*

Likevel viser **statistikk** oss at i 2018 utgjorde de samlede investeringene i ren energi fra de store olje- og gasselskapene om lag 1 % av deres totale budsjett.



Ennå i 2020 lå samlet omsetning av fornybart hos Equinor på bare marginale 0,2 prosent ifølge et oppslag i [Teknisk Ukeblad](#) fra 24. juni 2020.

Bare 0,15 prosent av Equinors energiproduksjon er fornybar, skriver NRKs økonomimedarbeider Cecilie Langum Becker i en kronikk hos [NRK Ytring](#) den 9. februar 2022. Tallene viser hvor langt unna vi er olje- og gassalderens slutt.

I rettferdighetens navn må det sies at Equinor nå øker investeringene i fornybart betydelig og at det vil ta noen år før det slår ut på statistikken deres. Og de satser på havvind. Men både Equinor og andre oljeselskap er flinke til å få det til å se ut som om de er et bredt energiselskap allerede nå. Med den massive overvekten det fortsatt er på produksjon av olje og gass, kan vi likevel driste oss til å si at selskapenes annonser for fossile produkter undergraver en bredere offentlig forståelse og støtte til nødvendig rask energiomstilling. De tildekker med andre ord de reelle skadelige effektene av fossilt brensel.

Shell benyttet seg for noen år siden av en annonse som viser blomster som vokser fra 12 skorsteiner i et raffineri. En slik «fortelling» om det fossiles ufarlige natur er et eksempel på villedende reklame og grønnvasking. (Noe mange av beboerne i «Cancer Ally» i Louisiana, med sin store konsentrasjon av raffinerier, sikkert ville vitne om. Flere dokumentarer ligger på nett.)

Også politiske beslutningstakere kan la seg dupere og det er fort gjort å glemme den ødeleggende rollen flere store fossilselskaper har spilt og fortsetter å spille. Det er godt dokumentert at flere fossilselskaper både har støttet [klimafornektelse](#) og at de har skjult bevis for klimaendringer fra offentligheten. Dessuten har de drevet lobbyvirksomhet mot strengere klimareguleringer. Under det siste store klimatoppmøtet i Glasgow høsten 2021 var [representanter fra ulike oljeselskap](#) den desidert største gruppen til stede. De drev utstrakt lobbyvirksomhet og sørget som sedvanlig for at sluttresultatene ble så gode som mulig, sett fra deres ståsted.

De fleste oppegående borgere vil kanskje ikke la seg lure av det vi kaller grønnvasking, men sam-

tidig puttes store summer inn i det fordi det viser seg å virke. Hvordan kan bruken av et enormt skadelig produkt frarådes hvis det stadig annonseres og [lobbyeres for](#)?

### **SELSKAPER SOM MED VILJE HINDRER SANNHETEN Å KOMME FREM**

Klimaforskeren Michael E. Mann har skrevet godt om dette i boka *The New Climate War* fra 2021. Her viser Mann hvordan erkereaksjonære tenketanker har brukt sin makt, i samarbeid med storindustri, for å hindre en mer progressiv miljøpolitikk. Dette utgjør en formidabel påvirkningskraft, i form av avisinnlegg og falske vitenskapsartikler, som alle sår tvil om vitenskapen bak klimaendringer. Kanskje mer overraskende for mange var det da Aage Borchgrevink i boka *Giganten. Fra Statoil til Equinor* (2020), kunne fortelle at vårt eget selskap har valgt å være med i The American Petroleum Institute, et institutt som sådde tvil om den vitenskapelige klimakonsensusen.

Mann siterer i sin bok en artikkel fra avisa *the Guardian*, som skriver at ca. 25 % av alle tweets om klima er skapt av *bots* (en type softwareprogram) for å så tvil om klimavitenskapen. Vi blir med andre ord utsatt for mer påvirkning enn vi forstår.

Individuelt fokus på å få ned karbonfotavtrykket har verdi, men uten et systemisk skifte klarer vi ikke å avkarbonisere økonomien vår fort nok. Det kan også lett føre til moraliserende pekefinger som virker mot sin hensikt. Også her står storindustrien bak for å få søkelyset vekk fra egen virksomhet. Det var Exxon Mobil som først laget kalkulatorer for å måle personlige klima-fotavtrykk, skriver Mann.

Mann viser ellers til et lekket dokument fra juni 2020 som viser at oljeselskap sto bak en pr-kampanje for å utnytte Black Lives Matter-bevegelsen. Motivet var å så rasemotsetninger innenfor klima-bevegelsen. Ideen var å fremstille miljøgrupperinger som noen som sto for en politikk som ville skade minoriteter. Og, skriver Mann, ulike fossilinteresser har også stått for den samme destabiliseringspolitikken i forhold til både de gule vestene i Frankrike og til Brexit i Storbritannia.

Villedende annonsering er i utgangspunktet forbudt i alle OECD-land og innenfor EU-området. Det samme gjelder i henhold til OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper og en rekke bransjeannonseringskoder. Det kan argumenteres for at dagens reklame for fossile produkter bør falle inn under en slik forståelse av «villedende reklame», ettersom det fremstiller forbruket av fossile energibærere på dagens nivå som akseptabelt og normalt. Dermed underkommuniseres eller skjules det faktum at produksjon og bruk må fases ut for å møte Parismålet.

## Equinor – flinke grønnvaskere

I september 2019 ble en plakate på T-banestasjonen Westminster i London klaget inn til det britiske reklametilsynet (Advertising Standards Authority). Reklametilsynet hevdet at en ikke kan antyde at gass er en energikilde med lave karbonutslipp. I en artikkel hos [NRK](#) den 16.09.2019 omtales saken, og journalist Anders Brekke skriver:

*«Vi er lavkarbonenergien rett over horisonten», står det i Equinors reklameoverskrift. I teksten under står det at Equinor er Storbritannias største leverandør av importert gass, og en viktig leverandør av vindkraft.»*

Murray Worthy, representant fra organisasjonen Global Witness som hadde kommet med klagen, siteres:

*«Det finnes ikke noen gass som kan regnes som lavkarbon på samme måte som vindkraft. Disse selskapene må slutte å prøve å villedde politikerne.»*

Equinor hevdet på sin side at de bare ville referere til vindkraft, men erkjente at reklamen kunne oppfattes på en annen måte. Worthy viste til FNs klimapanel som slår fast at gass har de tredje høyeste CO<sub>2</sub>-utslippene etter kull og olje. I tillegg kommer metanutslippene fra utvinning, transport og lagring.

Equinor var også i en mer nasjonal mediestorm samme år og ble beskyldt for å grønnvaske norsk oljeproduksjon gjennom [en reklamekampanje i norske](#)

[medier](#). Reklamen viste tusenvis av klimastreikende barn og unge på Eidsvoll's plass i Oslo. Budskapet var at Equinor er på lag med klimastreikerne. I reklamen sin spurte Equinor: «Mange mener vi skal slutte med olje. Hvorfor er det likevel grunn til å være stolte av Johan Sverdrup?» Deretter beskrev de det de mener er lave utslippstallene fra det nye gigantfeltet. «Alle oljefat er ikke like.»

Dette fikk leder av Grønn Ungdom, [Hulda Holtvedt](#), til å anklage Equinor for ikke å eie skam i livet. Hun skrev:

*«Det er villedende å male et bilde av at norsk olje er renere enn annen olje. Et oljefat slipper ut cirka 400 kg CO<sub>2</sub> når det forbrennes, uavhengig av om det er produsert av Equinor, Shell eller Saudi Aramco. Godt over 90 prosent av utslippene fra oljen kommer når den forbrennes, ikke når den utvinnes. Alle oljefat er like. De er like skitne.*

*Johan Sverdrup-feltet som Equinor er så stolte av, er en klimabombe. Utslippene fra feltet kan bli opptil 25 ganger så store som hele Norges årlige klimagassutslipp. Feltet skal være i produksjon de neste 50 årene - til lenge etter at Norge og EU etter planen skal være utslippsfritt. Johan Sverdrup-feltet binder oss til nye klimagassutslipp gjennom mesteparten av dette århundret.»*

I november samme år ble også et samarbeid mellom Equinor og Aftenposten tungt kritisert av flere. [Eivind Trædal](#) skrev i et innlegg den 12. november 2019:

*«Jeg har sjelden sett et verre eksempel på at en seriøs norsk medieaktør har solgt troverdigheten sin til mektige aktører. Equinor får spre sitt budskap i oppslag som ser til forveksling ut som vanlige artikler, med en liten notis om «annonsørinnhold». De betaler ekstra for at leserne skal kunne la seg lure til å tro at det er noe annet enn en annonse.*

*Aftenposten er ikke de eneste som kjører disse annonsene, men de ser ut til å være de ivrigste mottakerne av Equinor-penger. De har også som kjent lånt bort podkasten sin «Forklart» til selskapet, noe Equinor minner meg på daglig med sine utallige reklameplakater over*

hele byen. De bruker til og med Aftenpostens logo i reklamen!

Men man kan jo lure på hvorfor det er så naturlig at et selskap som staten kontrollerer 67 % av aksjene i, skal bruke enorme summer på å drive med lobbyisme og propaganda for sin egen virksomhet, på tvers av vitenskapelige råd? Hvilket mandat har de til det?»

### MEN HVA MED REKLAMEBRANSJEN?

Innenfor reklamebransjen selv pågår det nå en debatt om hvorvidt det er riktig å gi reklameråd til oljebransjen. Det anerkjente britiske tidsskriftet **The Lancet** skrev en større artikkel om dette i mars 2021. Internasjonalt har også personer tilknyttet reklamebransjen skapt en opinion som går inn for at bransjen skal kutte ut kundesegment der selskap har mer enn 50 prosent investert i fossile produkter. Dette brer om seg, slik magasinet **Campaign** skriver den 25.01.2022.

I det vi kanskje kan kalle et norsk søsternettssted, magasinet *kampanje.com*, problematiserer reklamemannen Rune Woldsnes i Comms Declare det store reklamebyrået Try sin kundeliste (23.11.2021). Han skriver:

«På Trys kundeliste finner vi Equinor. Klima- og teknologiformidler Ketan Joshi fant i selskapet tall for første kvartal 2021 at bare 0,54 prosent av energisalget kom fra fornybare kilder, resten fra olje og gass. Trys kunde er et olje- og gasselskap, selv om de liker å kalle seg «et bredt energiselskap». Spriket mellom det som presenteres på reklameflatene og det man finner i rapporteringen til Equinor er stor.

Hver gang jeg ser en kampanje for Equinor, prøver jeg å jobbe meg tilbake til hva det kan ha stått i briefen. Hva er ønsket effekt når Try lager filmer med de unge i Morgendagens Helter eller podcastepisoder om klima som sklir sømløst inn blant Aftenpostens Forklart-episoder?

Jeg finner ofte det samme: Kommunikasjonen selger ideen om at klimaproblematikken er kompleks, at Equinor har kontroll og at det fortsatt er tid til å ta et par ekstra runder i tenkeboksen rundt norsk oljeproduksjon. Alt sammen forsinkelses-taktikker som tar oss lengre unna målene i Parisavtalen.

Klimakommunikasjon trenger ikke være vanskelig. Vitenskapen sier at for å unngå de verste effektene av klimaendringene, må vi holde temperaturøkningen til under 1,5 grader. Parisavtalen er inngått, og verdens land er enige om å jobbe mot dette målet. I fjor la tungvekteren Det Internasjonale Energibyrådet fram en plan for å nå Parismålet. De sa at for å nå 1,5-gradersmålet har vi funnet nok olje, og må slutte å lete etter mer. En mer tydelig instruks for å nå et mål skal man lete lenge etter. Equinor leter fortsatt.

Det er et gedigent smutthull i Parisavtalen for kommunikasjonsbransjen. Det er ingen som holdes til ansvar for å hjelpe kunder med å opprettholde utslipp. Arbeidet Try gjør for Equinor som forlenger oljealderen, teller ikke. Dette smutthullet gjør at kommunikasjonsbransjen må ta to valg: Skal vi utnytte smutthullet, eller skal vi ta ansvar og handle nå? Det andre er «når?».

Det har, så vidt vi vet, ikke kommet noen kommentarer fra hverken Try eller Equinor på dette innlegget. Inntil videre står Equinor på og gjør det de er gode til, og det inkluderer å bygge et godt omdømme. Konsernet har i over 30 år støttet unge talenter innen idrett, utdanning og kultur under sponsorkonseptet som fra 2006 fikk navnet «Morgendagens helter». I 2021 lanserte de en ny kampanje innenfor konseptet. Budskapet er at «Framtiden trenger mange typer helter». Som Equinor selv kanskje?

Equinor får god drahjelp fra egen bransjeorganisasjon, Norsk olje og gass. De kjørte i 2018 kampanjen **#DenNyeOljen**. På hjemmesiden leser vi at det er et uavhengig prosjekt, der tre unge stemmer hvert år får muligheten til å utforske de store spørsmålene rundt energiforsyning, teknologiutvikling, velferd og klima. Denne ble også møtt med kritikk om grønnvasking.

### OG I TILLEGG:

#### DET KARBONINDUSTRIELLE KOMPLEKS

Den politiske kommentatoren skrev i 2021 en kronikk i Aftenposten med tittelen «**Det karbonindustrielle kompleks**». Her henviser han til den amerikanske statsviteren Matto Mildenberger, og hans bok *Carbon Captured: How Business and Labor*

*Control Climate Politics*. Her forklares hvorfor Norge sliter med å få ned klimagassutslippene. Ifølge Mildenberger skyldes det «den doble representasjonen til karbonforurensene». Det dreier seg om de tette historiske båndene mellom Ap og LO på den ene siden og næringslivsinteressene og Høyre på den andre.

Problemet blir da at arbeidsgiver- og arbeidstaker-siden har sammenfallende interesser når det gjelder olje- og gassindustrien – at alle partene rundt bordet ønsker å bevare det bestående. Det blir derfor et åpent spørsmål om den norske modellen kan innfri på klimaområdet.

Raknes, i et intervju i [Dagsavisen](#) den 28.11.2021, viser oss hvordan norske oljeselskap under pandemien fikk god hjelp fra advokatfirmaet BAHR til å utforme et forslag om umiddelbare skattereduksjoner. KonKraft<sup>2</sup>, LO og NHO stilte seg bak kravene og krisebeskrivelsene. Kronikker ble skrevet og en stor krisepakke ble besluttet. Et skoleeksempel på en vellykket lobbykampanje. Og ergo også en grønnvaskingskampanje.

## Forbudet mot tobakksreklame – eksempelet vi bør følge?

Tobakksreklame ble etterhvert underlagt sterk kontroll. Den en gang så vanlige, ukritiske promoteringen av en skadelig vare ble etter hvert sett på som en villedende markedsføringspraksis. Dette fordi markedsfører utelater viktig informasjon som gir et helhetlig bilde av skaden produktet også innebærer. Når oljeselskap reklamerer for at naturgass er «en relativt ren energikilde», er det i bunn og grunn misvisende. Akkurat som med «light» sigaretter er også dette produktet skadelig for klodens fremtidige klima.

2 KonKraft er en samarbeidsarena for Norsk olje og gass, Norges Rederiforbund, Norsk Industri og Landsorganisasjonen, Industri Energi og Fellesforbundet.

Clemens Kaupa drar frem som et eksempel da Shell for noen år siden gjennomførte «Generation Discover Festival», rettet mot barn i alderen 8-14 år. Der beskrev de sine dieselprodukt som noe som er med på å oppfylle FNs bærekraftsmål om bærekraftig energi for alle. Nederlandske myndigheter fant at dette var misvisende, da miljøpåvirkningen av denne dieseltypen bare er marginalt lavere enn for vanlig diesel. Shell fikk også refs for påstanden om at «gass er den reneste av alle fossile brenslere», da det indikerte at fossilt brensel kunne være «rent», det vil si ufarlig for miljøet.

Tidligere tobakksreklame fra 1940- og 1950-tallet hevdet at «flere leger røyker Camel enn noen andre sigaretter». Dette skjedde i en tid da offentligheten begynte å våkne opp til farene ved røyking. Nå skjer det samme; dagens reklame for fossilt brensel sammenfaller med en kraftig økt bekymring for klimakrisen.

Bruk av fossilt brensel er like uforenlig med et stabilt klima som sigarettbruk er med god helse. Spesielt vanskelig er promoteringen av fossilt brensel til barn og unge via sports- og kulturarrangement. Dette er det befolkningssegmentet som vil kunne oppleve en sterk forverring av leveforhold i løpet av livet. I tillegg refererer stadig fossilselskapene til FN og Parisavtalen i samme åndedrett som de promoterer egne produkter. Det er villedende når disse globale institusjonene faktisk søker å fremme utskifting av fossilt brensel med fornybare energikilder.

### WHOS RAMMEKONVENSJON

I 2003 ble WHO's rammekonvensjon for tobakksregulering (Framework Convention on Tobacco Control – FCTC) vedtatt. FCTC tar for seg både tilbud (f.eks. salgsforbud til mindreårige) og etterspørsel (f.eks. tiltak for å øke prisen, for å beskytte mot røykeeksponering og for å informere om helseeffekter). FCTC's tilnærming er forankret i forståelsen av at effektiv tobakkskontroll nødvendigvis fullstendig avnormalisering av røyking. I mange land resulterte dette i et omfattende forbud mot all tobakksreklame og sponing. Denne avnormaliseringen tok sikte på å øke folks bevissthet om tobakksindustriens ansvar for tobakksrelatert sykdom og å avsløre bransjens manipulerende taktikk.

Det ble også slutt på såkalte «samfunnsansvar-aktiviteter» i tobakksindustrien. Bevisstgjøringskampanjer ble gjennomført, inkludert helseadvarsler og klargjørende bilder på emballasjen. Videre forbyr FCTC markedsføring av tobakksprodukt som kan være falske, villedende, eller som kan skape et feilaktig inntrykk. Dette forbudet dekker blant annet begrepet «lette sigaretter – light cigarettes». Noen går enda lenger, slik som New Zealand. De planlegger en lov i løpet av 2023 som **vil forby alt salg av sigaretter** til barn født etter 2008, for på den måten å få en generasjon som ikke røyker i det hele tatt.

Sammenlikner vi med fossilselskap så ser vi at de fremhever sider av sin produksjon som å ha relative fordeler. Derved skjuler de samtidig det vi kan kalle absolutt skade. Det er en betydelig sjanse for at påstanden om at gass er «renere» til slutt vil bli beholdt i underbevisstheden som en positiv sammenheng mellom «gass» og «ren». En slik assosiasjon er ikke bare faktisk unøyaktig, men skildrer også fortsatt gassforbruk som uproblematisk og dermed akseptabelt. Det samme gjelder påstanden om at gass er mye mindre skadelig for klimaet og for luftkvaliteten enn kull eller olje er. Det normaliserer en skadelig vare, hevder Clemens Kaupa i sin artikkel. Dermed skjules det faktum at alle fossile brensler er massivt skadelige på et absolutt nivå, uavhengig av de relative forskjellene mellom dem.

(Det er i skrivende stund en pågående debatt innen EU-området om gass skal anerkjennes som en relativt sett renere energikilde i det grønne skiftet frem mot 2030. **EU-kommisjonens eget ekspertpanel** er kritisk til at EU vil sette et grønt stempel på gass og på atomkraft.)

Som tobakksindustrien i sin tid, skriver Kaupa, har selskap som Exxon «produsert usikkerhet ved å reise tvil om selv de mest ubestridelige vitenskapelige bevisene». De har videre «vedtatt en strategi for informasjonsvask ved å bruke tilsynelatende uavhengige frontorganisasjoner til å forvirre publikum».

Tobakk og fossile produkter er råvarer som produseres og selges lovlig, men de er likevel skadelige

og dermed i strid med sentrale offentlige politiske mål. Det er ikke noe terskelnivå for sikker bruk av fossilt brensel, akkurat som det ikke er noe terskelnivå for sikker røyking. Hvert år med forsinkelse av en nødvendig utfasing reduserer betydelig muligheten for å nå Paris-målet. Samtidig øker kostnadene for verdenssamfunnet; omstillingskostnader + tilpasningskostnader + tap og skade-erstatninger. Men disse slipper fossilselskapene å tenke på, i alle fall frem til nå. Det blir deg og meg som skattebetalere som må betale.

### OG HVA MED FOLKEHELSEN?

Selv om vi her fokuserer på klimateffektene av fossilt brensel, utgjør denne varen også en folkehelsestrussel som kan sammenliknes med tobakk. Fossilt brensel forurensner luften og forårsaker årlig mange dødsfall.

Antall for tidlige dødsfall i EU som kan tilskrives luftforurensning er satt til ca. 670 000 per år, det vil si mer enn hva som skyldes røyking. Nyere studier viser at luftforurensning har bidratt med 19 % til Covid-19 dødelighet i Europa, hvorav 70-80 % skyldes fossilt brensel, skriver Kaupa. Dessuten utgjør klimakrisen - forårsaket i stor grad av produksjon og bruk av fossile brensler - også en stor folkehelseisiko i seg selv, for eksempel på grunn av stadig hyppigere og intense hetebølger. Ifølge European Environment Agency kan antall dødsfall i Europa på grunn av hetebølger knyttet til global oppvarming nå mer enn 130 000 per år. (Clemens Kaupa, s 12)

Klimakrisen blir nå sett på av helsepersonell som en folkehelsekrise. Noen lands legeföreninger tar i dag avstand fra fossilselskaper. British Medical Journal driver en kampanje mot salg av fossilt brensel og **avviser all reklame og forskning finansiert av den fossile brenselindustrien**. (Investing in Humanity: The BMJ's divestment campaign' (2020) 72 368 British Medical Journal m167.)

Andre samfunnsaktører tar også ansvar, slik som den britiske avisen the Guardian. **De bestemte i januar 2020** at avisen fra nå av ikke tar imot annonser basert på produkt som kan assosieres med fossile energibærere.



At fossilselskap også produserer noe fornybar energi endrer ikke det faktum at de hovedsakelig produserer fossilt brensel, og at de tar sikte på å fortsette å gjøre det i flere tiår fremover. Slik aktivitet er uønsket i lys av Paris-målet.

Men hva med argumentet om at behovet for økonomisk vekst og utvikling rettferdiggjør dagens, eller til og med økende nivåer, av fossilt drivstofforbruk? Slike reklamer søker å normalisere fossilt brensel ved å knytte dem til sosioøkonomisk fremgang. Det antyder i hovedsak at hvis fossilt drivstofforbruk kuttes, trues både økonomisk velferd og det grønne skiftet. Dette argumentet fremførte Jonas Gahr Støre både i **forkant av klimatoppmøtet** i Glasgow i 2021 og også i sin tale til selve møtet.

Men allerede i 2006 viste den såkalte **Stern-rapporten** oss at fordelene med raske klimatiltak er mye høyere enn kostnadene. Dette blir stadig gjentatt også i FNs egne klimareporter, og konsensus innen forskningsmiljøene i dag er at fortsatt bruk av fossilt brensel er både sosialt og økonomisk ufordelaktig. Dette kan vi likevel ikke forutsette at den gjennomsnittlige forbrukeren har satt seg inn i, og at hen lett vil la seg dupere av fossilselskapenes egne fortellinger om den økonomiske nødvendigheten av fortsatt olje- og gassutvinning.

## Men hva med teknologi og avbøtende tiltak?

Men hva med avbøtende tiltak som selskapene iverksetter for å kompensere for sine klimagassutslipp, spør Clemens Kaupa i sin artikkel. Kan ikke, for eksempel, skogplanting være bra? Det kan det, men det anføres likevel tre argumenter mot å sette for stor lit til slike tiltak:

**1)** Skader fra klimagassutslipp er sikre. Fordelene med avbøtende tiltak er bare potensielle. Vi kan ikke ennå sette to streker under svaret. Klimagevinster ved skogplanting er kompliserte og fordrer for eksempel at skogen ikke brenner ned eller ødelegges på annet vis.

**2)** Skader fra klimagassutslipp inntreffer nå, mens fordelene med avbøtende tiltak vanligvis oppstår om mange år (f.eks. 20-60 år for skogplanting). Den nåværende skaden fra klimagassutslipp og de fremtidige potensielle fordelene ved «motregningen» er imidlertid ikke likeverdige, og som IPCC-rapporten selv sier: «Less CO<sub>2</sub> emission reductions in the near term would require steeper and deeper reductions in the longer term in order to meet specific warming targets afterwards.» Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), 'Global Warming of 1.5°C' (2018).

Arealbehovet for avbøtende tiltak er dessuten svært stort. Her er det snakk om arealer som kan bli så store som USA eller Kina (9 millioner km<sup>2</sup>), noe som innebærer store konsekvenser for mat-sikkerhet og naturmangfold.

**3)** Klimagassutslipp går permanent inn i karbonsyklusen, mens avbøtende tiltak fjerner dem midlertidig fra atmosfæren. «Motregning» er derfor bare en midlertidig løsning på et permanent problem.

Men hva med den norske satsingen på karbonfangst og lagring (Carbon capture and storage – CCS)? Dette er potensielt et viktig tiltak og vil måtte gjennomføres. Problemet er at dette fortsatt er en eksperimentell teknologi som foreløpig ikke kan distribueres i stor skala. Og i mellomtiden slipper vi større og større mengder CO<sub>2</sub> ut i atmosfæren.

Dessuten: Det er fortsatt et betydelig restutslipp fra naturgasskraftverk eller industri-/avfallsforbrenningsanlegg. Høyt energibruk og høye kostnader gjør CCS til et klimatiltak som foreløpig er mye dyrere enn om vi erstattet fossilt med fornybar energi og drev med seriøs energisparing.

Bioenergy with carbon capture and storage (BCCS) – bioenergi med karbonfangst og -lagring er en liknende prosess, der en utvinner bioenergi fra biomasse og fanger og lagrer karbonet, som dermed fjernes fra atmosfæren. Denne teknologien er også svært dyr, samtidig som den krever store arealer dersom det skal monne, med de samme ulemper som med skogplanting.

# NOEN SLUTTBETRAKTNINGER

I 2012 slo superstormen Sandy ut store deler av New York. Stormen formelig red på bølgetopper langt over normalen. Høye overflatetemperaturer sendte «uværsammunisjon» i form av ekstra vandedamp til atmosfæren. USA var rystet over intensiteten i det de ble vitne til. Dette var på mange måter et tidsskille.

Året etter slo supertyfonen Haiyan til, noe av det sterkeste som har slått inn over fastlandet noen sinne, og drepte mer enn 6000 personer på Filipinene. Hundrevis av lik lå og fløt i vannskorpene lenge etterpå.

Ingen enkeltstående uværsituasjon kan tilbakeføres til klimaendringer alene, men uten endringene vi har bidratt til gjennom våre fossile samfunnsmodeller, ville disse stormene ikke ha skjedd med denne intensiteten. Allerede da den gjennomsnittlige økningen i globaltemperatur lå på bare 0,85 grader (i dag ligger den på 1,1 grader), sa vitenskapen at tre ut av fire observasjoner av ekstremvær kan forklares med denne temperaturøkningen.

Heldigvis signerte de fleste land Parisavtalen i 2015. Og vi kunne puste lettet ut. Men i 2016 kom nye hetebølger og varmerekorder. De kom ikke som resultat av det som skjedde i 2015, men var resultat av det som hadde skjedd i løpet av mange tiår før den tid. Vi hjemseskes med andre ord av historien.

Det er som den svenske forfatteren og førsteamanuensis i human økologi ved Lunds universitet, Andreas Malm, skriver: Global oppvarming er et resultat av fortidens valg. Alle CO<sub>2</sub>-molekyler som forblir i atmosfæren, og som vi har målt fra førindustriell tid, er der fordi vi har transformert landskapet, brent og hugget trær, og fordi vi har lært oss å utnytte klodens store lagre av fossile energikilder. Det varmeoverskuddet vi i dag opplever kan i hovedsak tilbakeføres til de siste 200 årene, og med ekstra fart fra rundt 1950 og fra oljeindustriens gullalder. Global oppvarming er arven fra våre forfedre. Og for våre barnebarn er det også arven fra oss, her i dag.

Forskjellen er, som Malm påpeker, at i dag vet vi at vi lever med et mulig tidsvindu. Vi kan bremse den kommende tilleggsoppvarmingen som truer oss. Ellers vil en mulig krisetid strekke seg mange hundre år frem i tid. En evighet bestemmes i dag. For hvert år avkarboniseringen av verden lar vente på seg, blir oppvarmingen i fremtiden enda kraftigere og med lengre varighet. Om kritiske deler av isen i Antarktis begynner å smelte, vil verden aldri bli den samme igjen.

## VI LAR OSS DISTRAHERE

Problemet er at vi, og politikerne våre, lar oss distrahere av andre saker på dagsorden, for eksempel av innvandrings spørsmål, av identitetspolitikk og av nasjonalisme. Eller vi lar oss fascinere av tekniske duppeditter, samtidig som vi fjerner oss



enda mer fra naturen. Vi blir mer opptatte av den nye media-økologien i stedet for naturens økologi. Samtidig lar vi internasjonale data- og bitcoinselskap få adgang til billig norsk energi. Er det dette vi vil bruke vår dyrebare energi til?

Fattige mennesker i sør er bekymret for klimaendringer, mer enn nordmenn flest. Men ungdom og mange voksne bryr seg nå mer enn før. Noen sier endog at de ikke tør å få barn som skal fødes inn i en klimausikker verden. Nå slår ungdommen tilbake, med ikonet Greta Thunberg i spissen. Også Thunberg sier «I want you to panic». Men så i neste setning følger hun opp med «but then I want you to act».

Thunberg vil at vi skal ta ansvar. Mot en slik bakgrunn vil det å planlegge ny oljeutvinning i Barentshavet være vold mot naturen og våre etterkommere. Vi må derfor nå maksimere våre muligheter slik at vi fortsatt kan ha en beboelig planet. Og da må vi påvirke der vi kan. Vi kan ikke gå inn og direkte ta vare på sviktende permafrost på Svalbard. Men vi kan påvirke norske myndigheter, og Equinor, til å endre politikk. Og vi kan påvirke lovverket og opinionen slik at det fremstår som uakseptabelt at Equinor og andre fossilprodusenter skal kunne reklamere for sine farlige produkter, uten at det samtidig kommer med en advarsel. Det er bare en liten sak i det store bildet, men det kan være med på å bidra til en adferdsendring, som så igjen kan bidra til politiske endringer.

Det samme gjelder for dem som driver oljesandutvinning i Canada, de som vil lete etter olje i den naturrike Yasuni-nasjonalparken i Ecuador, eller de som vil transportere råolje i ledninger over hellige indianerland i Nord-Dakota (Standing Rock Sioux), eller de som vil lete etter olje i marinparken Great Australian Bight. (Equinor har for øvrig vært involvert på et par av disse stedene).

#### **KAMPEN MOT GRØNNVASKING VIL ØKE PÅ**

Vi går inn i en tid der natur, miljø og klima vil stå høyt på dagsorden. Kampen mot grønnvasking av produkter som er skadelige eller som gir seg ut for å være klimasmarte, vil bli flyttet opp også til rettsapparatet.

I vårt naboland Danmark har miljøorganisasjonen Klimabevegelsen – sammen med Dansk Vegetarisk Forening og Den Grønne Studenterbevægelse – anklaget det danske slakterikonsernet Danish Crown for villedende reklame. Påstanden er at reklamekampanjer fra Danish Crown er overtredelser av dansk markedsføringslovgivning. Svinekjøtt fra konsernet har i reklamekampanjer blitt kalt for «klimakontrollert gris» og «mer klimavennlig enn du tror». Rettssaken har av prinsipielle årsaker blitt flyttet opp et nivå, og skal opp i Landsretten, tilsvarende lagmannsretten i Norge.

Dansk Vegetarisk Forening krever at Danish Crown bruker like mye annonsekroner på å «fortelle forbrukerne sannheten, som det de har brukt på villedningen», skriver [Naturpress](#) på sine sider den 6. januar 2022.

I oktober 2021 vedtok [FNs menneskerettighetsråd](#) å anerkjenne retten til et trygt, rent, sunt og bærekraftig miljø som en menneskerettighet. Samtidig bestemte de seg for å utnevne en ekspert til å overvåke menneskerettighetene sett opp mot klimakrisen.

I slutten av januar 2022 vedtok en domstol i USA å [stansen et salg av lisenser](#) for oljeleting i Mexicogolfen, skriver [Naturpress](#). Begrunnelsen er at klimakonsekvensene må vurderes nøyere. Oljeselskaper har til sammen tilbudt å betale 192 millioner dollar for letelisensene. ExxonMobil, Shell og BP var blant selskapene som bød på lisensene i en auksjon i november i fjor. Også Equinor deltok.

Å reklamere for klimaødeleggende fossilprodukter virker mot denne bakgrunnen som en anakronisme, som en dårlig spøk, ja, nesten som en forbrytelse.

# Om BKA

Besteforeldrenes klimaaksjon (BKA) er en tverrpolitisk organisasjon som vil motvirke menneskeskapt global oppvarming. BKA ser global oppvarming som en etisk utfordring og som et spørsmål om rettferdighet mellom generasjonene og solidaritet i verden.

BKA vil bruke sin generasjons erfaringer til kritisk ettertanke. Alvoret ved klimaproblemene gjør det nødvendig med gjennomgripende endringer i samfunn og levemåte. En politikk som forutsetter materiell forbruksvekst i rike land, er uansvarlig.

BKA vil bruke kritiske innspill og folkelig aksjonering for å øke presset på politikere, samfunnsaktører og allmennheten til nødvendig handling. Det trengs en offensiv bruk av politiske, økonomiske og juridiske virkemidler. Grunnlovens §112 (miljøparagrafen) skal være rettesnor i dette arbeidet.

## Besteforeldrenes klimaaksjon vil:

**ENGASJERE** befolkningen til å ta ansvar for miljøet – gjennom endringer i atferd og holdninger, arbeid med konkrete miljøsaker og ved å ta del i markeringer, debatt og politiske valg, både lokalt og på landsbasis.

**KREVE** at politikere og andre beslutningstakere skal handle raskt for å redusere våre klimautslipp, og at Norge skal gå foran som eksempel. Vi må utfase utvinning av kull, olje og gass, redusere vår avhengighet av fossil energi, senke energiforbruket og gjøre vår energibruk mer klima- og miljøvennlig. Det må legges bedre til rette for klimavennlige løsninger i folks hverdag.

**INFORMERE** om klima- og miljøproblemene, kostnadene ved vekstsamfunnet, grønne løsninger og veien mot en bærekraftig økonomi. Særlig viktig er det å nå ut gjennom massemediene. BKA vil bidra aktivt til rettslig utprøving av Grunnlovens §112.

**STØTTE** foreldre og skole i oppdragelsen til å ta ansvar for miljøet, både når det gjelder spredning av kunnskap og arbeidet for moralsk forpliktelse. Vi ser det som en oppgave å bidra til dialog mellom generasjonene.

**SAMARBEIDE** med andre miljøorganisasjoner og samfunnsaktører. BKA vil søke kontakt med tilsvarende nettverk i andre land.

