

Lausanne, 28. Mai 2026

PRESSEMITTEILUNG

Ja, die Universität Genf hat tatsächlich für Philip Morris Forschungsarbeiten an Kindern durchgeführt

Der Tabakkonzern Philip Morris hat stets behauptet, keine Marketingstudien an Kindern durchzuführen. Dennoch hat er genau das getan, darunter auch an der Universität Genf. In den 1990er Jahren finanzierte Philip Morris mit 190'000 CHF Forschungsarbeiten an dieser Universität, die Hunderte von Kindern und Jugendlichen ab 9 Jahren untersuchten. Diese Ergebnisse trugen zur Entwicklung von Marketingstrategien bei, deren Auswirkungen bis heute spürbar sind, da der Tabak- und Nikotinkonsum bei Jugendlichen nach wie vor hoch ist.

Dies geht aus [einer neuen Untersuchung der Initiative Transparency and Truth](#) hervor, die auf internen Dokumenten der Tabakindustrie basiert.

Diese zwischen 1994 und 1997 von Elsa Schmid-Kitsikis, Professorin für klinische Psychologie, und ihrer Assistentin Helga Kilcher durchgeführten Untersuchungen zielten darauf ab, das Verhältnis junger Menschen zum Tabakkonsum besser zu verstehen: **Risikowahrnehmung, Einfluss rauchender Eltern, soziales Image der Zigarette oder auch Mechanismen des Einstiegs in den Tabakkonsum.**

Die von OxySuisse analysierten Dokumente enthüllen erstmals die wahren Hintergründe dieser Forschungen: **das strategische Interesse von Philip Morris am Verhalten von Jugendlichen, das Bestreben des Unternehmens, für sich „verwertbare“ Daten zu erhalten, sowie die aktive Rolle der Wissenschaftlerinnen bei der Zusammenarbeit und beim Zugang zu Kindern in Neuenburger Schulen.**

Die Ergebnisse dieser Forschungen ermöglichten es dem multinationalen Unternehmen, das Risikoverhalten von Kindern besser zu verstehen und sie so gezielter in seinen Marketingkampagnen anzusprechen. Die Folgen davon sind heute zu beobachten: Der Konsum von Tabak- und Nikotinprodukten unter Jugendlichen ist nach wie vor hoch und nimmt nicht ab¹.

Die Enthüllungen von OxySuisse widersprechen somit direkt den damaligen Aussagen von Philip Morris, wonach das Unternehmen niemals Marketingforschung an Minderjährigen betrieben habe.

PHILIP MORRIS WOLLTE „DIE ANTI-TABAK-HALTUNG ÜBERWINDEN“

Die Studie beleuchtet zudem die Strategie von Philip Morris, Kooperationen mit Universitäten zu nutzen, um **seine wissenschaftliche Glaubwürdigkeit und seinen politischen Einfluss zu stärken.**

¹ Notari, L., Amos, J. & Delgrande Jordan, M. (2026). Produits du tabac et de la nicotine – Résultats de l'Enquête Santé et Lifestyle 2025 et évolutions récentes (Rapport de Recherche N°188). Lausanne: Addiction Suisse.

https://www.bag.admin.ch/dam/fr/sd-web/W59dHy26pafk/Schlussbericht%20Tabak%20Nikotin%20final_30.4.2026.pdf

Damals hatte die Abteilung „Science & Technology“ des Zigarettenherstellers insbesondere folgende Aufgaben: „die ablehnende Haltung gegenüber dem Rauchen zu überwinden“ und „Zugang zu den internen Kreisen“ in Wissenschaft und Politik zu erhalten.

Für OxySuisse verdeutlicht dieser Fall einmal mehr das Interesse des Unternehmens, die Psychologie von Kindern zu verstehen, um sie in seinen Marketingkampagnen gezielter anzusprechen und zum Konsum zu bewegen.

DIE HÄLFTE DER UNIVERSITÄTEN ARBEITET NACH WIE VOR MIT DER TABAKINDUSTRIE ZUSAMMEN

Der Fall lässt die Debatte über die Verbindungen zwischen Universitäten und der Tabakindustrie in der Schweiz wieder aufflammen.

Eine Studie, die im Februar 2026 von *Transparency and Truth* veröffentlicht wurde, ergab, dass mehr als die Hälfte der Schweizer Hochschulen zwischen 2019 und 2024 oftmals problematische Kooperationen mit der Tabakindustrie unterhalten hatte.

Für OxySuisse zeigen diese Enthüllungen, dass die Schweizer Wissenschaftswelt die Risiken, die diese Partnerschaften für die wissenschaftliche Integrität und den Ruf der Institutionen mit sich bringen, weiterhin unterschätzt. Und das trotz zahlreicher Skandale im Zusammenhang mit wissenschaftlicher Manipulation, an denen eine Industrie beteiligt ist, die in der Schweiz für 26 Todesfälle pro Tag verantwortlich ist.

ZITAT

„Das schockierendste an dieser Angelegenheit ist, dass ein Tabakkonzern das Ansehen einer Schweizer Universität (und vielleicht auch die Naivität einiger Forscherinnen) dazu missbraucht hat, Kinder und Jugendliche zu untersuchen, um sie besser zum Konsum zu verleiten.

Machen wir uns nichts vor: Hinter diesen Forschungen steckte der Wunsch, junge Menschen gezielter anzusprechen, obwohl die Tabakindustrie seit Jahrzehnten leugnet, sich für sie zu interessieren.»

Michela Canevascini, Direktorin von OxySuisse

Lesen Sie den vollständigen Bericht « Als die Universität Genf für Philip Morris an Kindern forschte » unter: <https://transparencyandtruth.ch/de/ressource/philip-morris-universitaet-genf-kinder/>

Pressekontakt: **Michela Canevascini**, Direktorin
michela.canevascini@oxysuisse.ch
[+41 76 679 84 87](tel:+41766798487)

OxySuisse & Transparency and Truth

OxySuisse ist eine unabhängige Schweizer Organisation mit Sitz in Lausanne, die sich seit 2004 für eine Gesellschaft einsetzt, die frei ist von Tabak- und Nikotinsucht und deren schädlichen Folgen, ebenso wie von den Praktiken der Industrie, die diese Sucht fördert.

OxySuisse setzt die Initiative **Transparency and Truth** um, die die Einflussstrategien der Tabakindustrie dokumentiert, um das öffentliche Bewusstsein zu schärfen und zur Denormalisierung einer Industrie beizutragen, die in der Schweiz jährlich für rund 9'200 Todesfälle verantwortlich ist. Die Initiative wird vom **Tabakpräventionsfonds** finanziert und ist Teil der nationalen Strategie 2025–2028 des Fonds.