

SCHADENS- MINDERUNG

IM DIENSTE DER GEWINN- STEIGERUNG

Analyse der irreführenden Darstellung der Tabakindustrie

BOOKLET

JUNI 2026



INHALTSVERZEICHNIS

HINTERGRUND	3
DIE DARSTELLUNGEN DER INDUSTRIE IM VERGLEICH ZU DEN FAKTEN	4
AUF HERKÖMMLICHE ZIGARETTEN VERZICHTEN?	5
DIE TABAKINDUSTRIE IM DIENSTE DER ÖFFENTLICHEN GESUNDHEIT?	8
EIN WISSENSCHAFTLICH FUNDIERTER ANSATZ?	12
MARKETING NUR FÜR RAUCHENDE ERWACHSENE?	15
INNOVATIVE PRODUKTE?	17
3 FAZIT	20
4 LITERATURVERZEICHNIS	22

KERNPUNKTE

- Die Tabak- und Nikotinindustrie hat sich ein Image als verantwortungsbewusster Akteur aufgebaut, das auf der Umgestaltung ihrer Geschäftstätigkeit und ihren sogenannten „neuen Produkten“ mit einem „reduzierten Risiko“ basiert.
- Internen Dokumenten zufolge ist diese Ausrichtung das Ergebnis einer Geschäftsstrategie, die auf die Steigerung der Verbraucherzahlen und die Gewinnmaximierung ausgerichtet ist.
- Nikotinbeutel und E-Zigaretten können für rauchende Erwachsene eine risikoärmere Art des Nikotinkonsums darstellen. Doch die „Bonbonisierung“ dieser Produkte und die damit einhergehenden Marketingstrategien begünstigen das Entstehen einer neuen Generation nikotinabhängiger Jugendlicher und erhöhen gleichzeitig das Risiko, später mit dem Rauchen herkömmlicher Zigaretten anzufangen.
- Das Konzept der „Schadensminderung“ im Tabakbereich darf nicht der Industrie überlassen werden, da zwischen deren Interessen und der öffentlichen Gesundheit ein grundlegender und unüberbrückbarer Konflikt besteht. Unter dem Vorwand, eine Alternative zu Zigaretten anzubieten, verfolgt die Industrie in erster Linie das Ziel, möglichst viele Konsumenten in der Sucht zu halten.

Nach Schätzungen von Philip Morris erzielen die „neuen Produkte“ des Unternehmens eine um 2,6-fach höhere Gewinnmarge als herkömmliche Zigaretten.

- Zigaretten stehen nach wie vor im Mittelpunkt des Geschäftsmodells der Tabak- und Nikotinindustrie. Sie investiert weiterhin in die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Zigaretten. Der weltweite Rückgang des Zigarettenkonsums hat sich seit 2020 verlangsamt.



HINTERGRUND

Seit etwa zwanzig Jahren entwickeln die multinationalen Tabakkonzerne einen Diskurs, der sich auf ihre „Transformation“ konzentriert¹⁻³. British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco International (JTI) und Philip Morris International (PMI) preisen „schadensmindernde“ Produkte an, während Imperial Brands (Imperial) eine „neue Produktgeneration“ hervorhebt⁴. Dieses Angebot umfasst im Wesentlichen E-Zigaretten, erhitzten Tabak sowie Nikotinbeutel. In der Schweiz begann die Industrie 2015 mit der Vermarktung dieser Produktpalette, zunächst mit dem Tabakerhitzer IQOS von PMI⁵, gefolgt von der E-Zigarette Vuse von BAT^{1,6} und den Nikotinbeuteln der Marke Nordic Spirit von JTI ab 2019⁷. Letztere wurde inzwischen vom Schweizer Markt genommen⁸. Im Jahr 2026 vermarkten PMI und BAT jeweils alle drei Produktarten in der Schweiz⁹.

Diese Neuausrichtung geht mit ehrgeizigen Versprechen einher: im Zusammenhang

mit dem Rückgang des Zigarettenkonsums wird von einer „rauchfreien Zukunft“ (PMI)¹⁰, einer „besseren Zukunft“ in einer „rauchfreien Welt“ (BAT)¹¹, einer „besseren Zukunft“ (JTI)¹² oder auch einer „gesünderen Zukunft“ (Imperial)^{11,13} gesprochen. Die Industrie bekräftigt damit ihr Engagement für die „Schadensminderung“^{11,14} durch Tabak.

Sollte man der Tabakindustrie Glauben schenken, wenn sie behauptet, sich von herkömmlichen Zigaretten abzuwenden? Und sollte man daraus schliessen, dass sie jedes verfügbare Mittel einsetzt, damit alle rauchenden Erwachsene, die nicht aufhören können oder wollen – und nur sie –, auf diese als weniger schädlich dargestellten, „neuen Produkte“¹⁴ umsteigen?

Betrachten wir die Diskrepanz zwischen den Darstellungen der Industrie und den Fakten.



DIE DARSTELLUNGEN DER INDUSTRIE IM VERGLEICH ZU DEN FAKTEN

Wir haben das Narrativ der Tabakindustrie zur „Schadensminderung“ anhand von fünf Versprechen analysiert. Für jedes Versprechen konfrontieren wir die Darstellung der Industrie mit den Fakten, die diese relativieren und widerlegen.



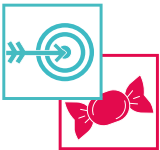
DIE SCHRITTWEISE EINSTELLUNG DES ZIGARETTENVERKAUFS



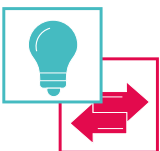
DAS ENGAGEMENT FÜR DIE ÖFFENTLICHE GESUNDHEIT



WISSENSCHAFTLICHE TRANSPARENZ



VERANTWORTUNGSBEWUSSTES MARKETING



TECHNOLOGISCHE INNOVATION IM DIENSTE DES GESUNDHEITLICHEN FORTSCHRITTS

AUF HERKÖMMLICHE ZIGARETTEN VERZICHTEN?

DARSTELLUNG DER INDUSTRIE

Die Tabakindustrie verspricht einen Wandel, der von „neuen Produkten“ getragen wird

Angesichts der Schädlichkeit herkömmlicher Zigaretten stellen die multinationalen Tabakkonzerne „neue Produkte“ in den Vordergrund, die als weniger schädlich dargestellt werden. Sie beschreiben diese Entwicklung als Bruch mit ihrem bisherigen

Geschäftsmodell und geben Versprechungen ab, die bis zu einem vollständigen Verkaufsstopp herkömmlicher Zigaretten reichen – eine Massnahme, die sie mit den schädlichen Auswirkungen der Zigaretten auf die Gesundheit begründen¹⁵.

„Wir können einen entscheidenden Schritt für die globale Gesundheit schneller erreichen: eine Welt ohne Zigaretten. Wer würde nicht gerne dazu beitragen, eine solche Zukunft zu gestalten?“^{V,16}

PMI

„Für uns beginnt eine bessere Zukunft damit, die mit dem Tabakkonsum verbundenen Gesundheitsrisiken zu verringern, indem wir erwachsenen Konsumenten Ersatzprodukte mit einem potenziell geringeren Risiko anbieten.“^{VI,12}

JTI

„Bei BAT haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine rauchfreie Welt zu schaffen, indem wir Raucher aktiv dazu ermutigen, von Zigaretten auf rauchfreie Produkte umzusteigen.“^{VII,17}

BAT

„Imperial Brands engagiert sich dafür, einen wesentlichen Beitrag zum Konzept der öffentlichen Gesundheit zu leisten, indem wir mit unseren Produkten der neuen Generation die mit dem Tabakkonsum verbundenen Risiken verringern.“^{VIII,18}

Imperial



Zigaretten bilden nach wie vor das Herzstück des Geschäftsmodells


Der Anteil herkömmlicher Zigaretten macht nach wie vor den grössten Teil des weltweiten Portfolios der Tabakindustrie aus, und es gibt keine Anzeichen für eine zeitnahe Veränderung. Die Tabakhersteller kontrollieren die gesamte Wertschöpfungskette des Tabaks und haben keinerlei wirtschaftliches Interesse daran, ihre Umsätze zu verringern oder diese Produkte ganz aufzugeben¹⁹. Sie unterstützen aktiv die Tabakproduktion, insbesondere über Organisationen wie die International Tobacco Growers' Association^{IX}, eine Scheinorganisation, die den Tabakanbau fördert und sich gegen Massnahmen im Bereich der öffentlichen Gesundheit einsetzt²⁰⁻²⁴ 

Abbildung 1

→ Seit 2020 sinken die Zigarettenverkäufe von PMI im Durchschnitt nur um 0,7 % pro Jahr. Bei diesem Tempo würde der multinationale Konzern in 250 Jahren immer noch mehr als 100 Milliarden Zigaretten pro Jahr verkaufen.

→ JTI hingegen verzeichnet seit 2021 einen stetigen Anstieg seiner Zigarettenverkäufe.

Die multinationalen Tabakkonzerne wollen kein Ende der Zigaretten

Gegenüber Investoren hebt die Industrie die Solidität und Rentabilität des Handels konventioneller Zigaretten hervor²⁶, die als „Wachstumsmotor“²⁷ und „robustes“ Produkt^{28, 29} dargestellt werden. Sie

beglückwünschen sich zum Wachstum bestimmter Marken: Im Jahr 2025 betont JTI die Leistungen von Camel (+4,3 %) und Winston (+5 %) ³⁰, während Marlboro (PMI) einen Rekordmarktanteil von 11 % erreicht²⁸. Die Beibehaltung der „Marktführerschaft“ im Zigarettenmarkt bleibt ein strategisches Ziel (JTI 2025^{X,31}, PMI 2019^{XI,32} und 2021^{XII,32}, BAT 2021³²). Tatsächlich begründet PMI die Aufrechterhaltung seines Engagements im Zigarettenhandel mit der Notwendigkeit einer „verantwortungsvollen Führung“ in diesem Sektor³³. Bis 2020 begleitete das Adjektiv „ethisch“ den Begriff „verantwortungsvoll“ als Standardformulierung im Jahresbericht von PMI an die US-amerikanische „Securities and Exchange Commission“; dies ist seitdem nicht mehr der Fall. Die Zigarettenhersteller betonen weiterhin das Potenzial für „zukünftiges Wachstum“ bei Zigaretten²⁷ und warnen vor deren „Kannibalisierung“ durch „rauchfreie“ Produkte³⁴. In seinem Jahresbericht 2025 identifiziert PMI den Rückgang des Zigarettenkonsums ausdrücklich als ein Risiko, das seine Einnahmen schmälern und seine „rauchfreie Transformation“ gefährden könnte^{XIII,35}. Das Unternehmen erwähnt zudem die „negativen Auswirkungen von Steuern“ auf seinen Zigarettenabsatz^{XIV}. Diese Aspekte zeigen, dass die Industrie hinter dem Versprechen der Transformation darauf abzielt, den Rückgang der Verkaufszahlen von konventioneller Zigaretten aufzuhalten und zu verlangsamen.

Produkte	Jährliche Entwicklung 2014–2019: -4%		Jährliche Entwicklung 2020–2025: -0,7%	
	2014	2019	2020	2025
Zigaretten	856	707	629	607
„Rauchfreie“ Produktlinie	0	60	76	179
Total	856	767	705	786

Abbildung 1 – Entwicklung der Verkaufszahlen von Zigaretten und der „neuen Produkte“ von PMI in Milliarden²⁵. Der von PMI angekündigte Rückgang der Zigarettenverkäufe hat sich in den letzten fünf Jahren stark verlangsamt¹⁵. Gleichzeitig steigen die Absatzmengen rauchfreier Produkte schneller als die Zigarettenverkäufe zurückgehen. Chronologische Meilensteine: 2014: Einführung des Tabakerhitzers IQOS. 2020: Einführung der E-Zigarettenmarke Veev. 2022: Übernahme der Nikotinbeutelmarke Zyn.

Die Industrie investiert in die Weiterentwicklung der Zigarettenproduktion

Die Industrie investiert weiterhin stark in die Weiterentwicklung der Zigarettenproduktion. PMI hat 250 Millionen CHF in die Modernisierung seines Werks in Krasnodar in Russland investiert (2015–2018)³⁶. BAT hat 2019 ein neues Werk in Jordanien eröffnet³⁷ und JTI hat im März 2026 mit dem Bau eines neuen Werks im Wert von 300 Millionen Euro in Rumänien begonnen³⁸. Gleichzeitig erweitern die Zigarettenhersteller ihr Angebot: PMI hat zwischen 2016 und 2020 mehr als 450 neue Zigarettenmarken auf den Markt gebracht³² und 2026 wurden in der Schweiz neue Packungsgrößen mit 25 und 30 Zigaretten eingeführt^{39,40}. Diese Investitionen zeugen von einer langfristigen Strategie, die im Widerspruch zu einem schrittweisen Rückzug aus dem Zigarettenmarkt steht.

Die Industrie wirbt weiterhin für Zigaretten

Trotz ihrer Versprechen zur Transformation bewerben die Zigarettenhersteller weiterhin aktiv Zigaretten. In der Schweiz ist Zigarettenwerbung nach wie vor an Verkaufsstellen und in der Presse präsent⁴¹. Online ist der Zugang besonders einfach: Werbeangebote (wie 10er-Packungen zum reduzierten Preis) sind ohne Altersüberprüfung auf der Webseite der Supermarktkette Denner³⁰ sichtbar. Auch die Webseiten des Einzelhändlers Coop³¹ und der Kiosk-Kette kiosk³² zeigen zahlreiche Angebote, bei denen kaum oder gar keine wirksame Kontrolle stattfindet (einfacher Klick). Diese Sichtbarkeit und Zugänglichkeit begünstigen den Einstieg und bremsen den Rückgang des Konsums⁴². **Abbildung 2.**



Figure 2 Werbung für die Marke Parisienne (BAT) in der Zeitung «24 Heures» vom Samstag, 4. April 2026, mit einer auf Jugendliche ausgerichteten Sprache. Die Schweiz ist eines der wenigen Länder in Europa, in denen Aromastoffe, die besonders für Jugendliche attraktiv sind, in Zigaretten erlaubt sind. Die Europäische Union hat diese bereits 2014 verboten⁴³.



DIE TABAKINDUSTRIE IM DIENSTE DER ÖFFENTLICHEN GESUNDHEIT?

DARSTELLUNG DER INDUSTRIE

Die Industrie präsentiert sich als Akteur im Bereich der öffentlichen Gesundheit

Die Tabakhersteller betonen, dass sie die Ziele der WHO teilen, und positionieren sich als integraler Bestandteil der Lösung zur Bekämpfung des Tabakkonsums⁴⁴. PMI erklärt, „mehr als einer Milliarde Rauchern bestmöglich dabei helfen zu wollen, so schnell wie möglich auf herkömmliche Zigaretten zu verzichten“^{xv,45}. Imperial ruft zu einer „kollektiven Führung“ auf^{xvi} und bringt Regulierungsbehörden, Akteure des öffentlichen Gesundheitswesens und die Industrie im Hinblick auf die „Schadensminderung“ zusammen⁴⁶. BAT bezeichnet die Reduzierung der mit Tabak verbundenen Risiken als „eine der grössten Chancen für die öffentliche Gesundheit dieser Generation“^{xvii,3}. In diesem Sinne würden alle ein gemeinsames Ziel verfolgen: die durch Tabakkonsum verursachten Krankheiten und Todesfälle zu beenden^{xviii,47}.

Die „neuen Produkte“ werden als Lösung präsentiert

Nach Angaben der Tabakindustrie seien alternative Produkte weniger schädlich als Zigaretten und würden den Rauchstopp erleichtern. Ihre grossflächige Verbreitung wird daher als der wirksamste Weg zur „Schadensminderung“ dargestellt, mit Beispielen wie aus Schweden^{xx,48-50}. Nutzer, die dank dieser Produkte das Rauchen aufgeben, werden als „Switcher“^{xx,4} oder „Unsmoker“^{xxi,51} gepriesen. Allerdings müssen die Tabakhersteller eine gewisse Zweideutigkeit wahren, da die US-amerikanische „Food and Drug Administration“ ihnen untersagt hat, ihre Produkte als therapeutisch einzustufen: Der Marketingkodex von PMI legt daher fest, dass das „rauchfreie“ Sortiment nicht als Entwöhnungshilfe präsentiert werden darf⁵².

Akteure der Tabakprävention werden als Hindernisse dargestellt

Die Industrie und ihre Interessenvertreter werfen den Akteuren des öffentlichen Gesundheitswesens vor, den Fortschritt bei der „Schadensminderung“ zu bremsen, weil sie „neuen Produkten“ gegenüber zu streng seien. Insbesondere die WHO wird für einen Ansatz kritisiert, der als „rückständig und dogmatisch“^{xxii,53} gilt und auf „Fiktionen“⁵⁴ beruhe. Verschiedene Organisationen und Think Tanks prangern Entscheidungen an, die „hinter verschlossenen Türen“ getroffen werden, und gehen sogar so weit zu behaupten, dass bestimmte Regulierungsmassnahmen für „neue Produkte“ einer „Todesstrafe für Millionen von Menschen“ gleichkommen könnten^{xxiii,55}. Die Industrie und ihre Interessenvertreter plädieren hingegen für eine Lockerung der Marketingvorschriften für „neue Produkte“ sowie für eine im Vergleich zu Zigaretten geringere Besteuerung, um (so sagen sie) diese zugänglicher und erschwinglicher zu machen⁵⁶.



„Auch wenn das Ziel, das Rauchen zu reduzieren und schliesslich ganz zu beseitigen, lobenswert ist, ist der veraltete und dogmatische Ansatz des WHO-Rahmenübereinkommens zur Eindämmung des Tabakkonsums im Kampf gegen das Rauchen zu einem grossen Hindernis für Fortschritte im Bereich der öffentlichen Gesundheit geworden. Die anhaltende Weigerung, das Potenzial von Strategien zur „Schadensminderung“ anzuerkennen [...], hat nicht nur die Bemühungen zum Rauchstopp behindert, sondern wahrscheinlich auch Millionen von Menschenleben gekostet.“^{XXV,53}

« World Vapers Alliance »^{XXIV}

„Internationale Gesundheitsexperten haben heute gewarnt, dass Regierungen weltweit Millionen von Menschen zum Tod verurteilen, wenn sie die unbestreitbaren Vorteile von Massnahmen zur „Schadensminderung“ im Zusammenhang mit dem Tabakkonsum weiterhin ignorieren.“^{XXVII,55}

« Smokefree Sweden »^{XXVI}



Das vorgetäuschte Engagement der Industrie für die öffentliche Gesundheit ist nichts Neues

Seit Jahrzehnten behauptet die Industrie, im Interesse der öffentlichen Gesundheit zu handeln. Bereits 1954 erklärte sie: „Wir haben stets eng mit denjenigen zusammengearbeitet, deren Aufgabe es ist, die öffentliche Gesundheit zu schützen, und wir werden dies auch weiterhin tun“^{XXVIII,57}.

Diese Haltung wurde von der Industrie stets dazu instrumentalisiert, auf Kritik zu reagieren, indem sie angeblich gute Absichten hervorhob, um ihr Image und ihre Glaubwürdigkeit zu wahren, obwohl sie schon lange um die grosse Schädlichkeit ihrer Produkte wusste⁵⁸⁻⁶¹. Im 21. Jahrhundert wurde diese Haltung durch das Konzept der „Schadensminderung“ aufgegriffen, konzipiert als „Strategie“ von der von BAT beauftragten PR-Agentur Lewin Group^{3,62}. Dies sicherte dem Unternehmen Zugang zu politischen und wissenschaftlichen Kreisen.

Die Industrie instrumentalisiert den Begriff der „Schadensminderung“

Der Begriff der Schadensminderung, der im Rahmenübereinkommen der WHO zur Eindämmung des Tabakkonsums (FCTC) enthalten ist, wurde von der Tabakindustrie instrumentalisiert. Tatsächlich empfiehlt das FCTC in Artikel 1, Massnahmen zur Verringerung der Nachfrage, des Angebots und der schädlichen Auswirkungen des Tabaks zu ergreifen. Das Abkommen präzisiert jedoch nicht, welche Massnahmen zur Verringerung der Schädlichkeit (oder der Risiken) zu ergreifen sind⁶³. Diese Unklarheit hat sich die Tabakindustrie zum Nutzen gemacht. Indem sie sich als Vorreiterin auf diesem Gebiet präsentiert, versucht sie, sich als unverzichtbarere Akteurin in der Tabakkontrollpolitik zu etablieren. Mit der Forderung, dass alle Akteure des Sektors in die Lösung einbezogen werden sollen^{XXIX,64,65}, beabsichtigt die Tabakindustrie, politische Entscheidungen zu beeinflussen, indem sie ihre wirtschaftlichen Interessen vertritt. Diese Strategie ist Teil einer „opportunistischen Anpassungstaktik“³. Artikel 5.3 des FCTC empfiehlt jedoch, die Industrie von der Ausarbeitung der Gesundheitspolitik fernzuhalten⁶⁶.

„Neue Produkte“ gleichen den Rückgang bei Zigaretten aus

Die sogenannten „schadensmindernden“ Produkte wurden hauptsächlich in Märkten eingeführt, in denen der Zigarettenkonsum bereits rückläufig war. Sie zielen weniger darauf ab, mit Zigaretten zu konkurrieren, als vielmehr darauf, deren Rückgang auszugleichen⁶⁷. Einige Studien¹⁵ sowie Daten von PMI⁶⁸ deuten sogar darauf hin, dass sich der weltweite Rückgang der Zigarettenverkäufe seit ihrer Einführung verlangsamt hat. In Schweden ist der Rückgang des Tabakkonsums in erster Linie auf die Einführung struktureller Massnahmen zurückzuführen, weit mehr als auf die blossе Verfügbarkeit dieser Produkte⁶⁹.

Ein erheblicher Teil der Konsumenten der „neuen Produkte“ raucht weiterhin

PMI gibt an, dass mehr als 41 % der Konsumenten seiner „rauchfreien“ Produkte gleichzeitig Zigaretten konsumieren⁶⁸. Eine internationale Übersichtsstudie ergab, dass 68 % der Nutzer von erhitzten Tabakprodukten auch herkömmliche Zigaretten rauchten⁷⁰. In der Schweiz zeigten die Daten, dass 41 % der Nutzer der „neuen Produkte“ weiterhin Zigaretten konsumieren⁷¹. Diese Mehrfachkonsumation macht die potenziellen gesundheitlichen Vorteile zunichte⁷². Denn selbst bei reduziertem Konsum bleibt die Zigarette sehr schädlich⁷³.

Die Industrie widersetzt sich wirksamen Massnahmen

PMI hat mehrere Staaten (wie Uruguay, Togo oder Australien) verklagt oder mit Klagen gedroht, weil sie wirksame Vorschriften zur Reduzierung des Zigarettenkonsums erlassen haben. Darunter fielen beispielsweise die Einführung von neutralen Verpackungen oder die Verschärfung der Gesundheitswarnungen. Dabei berief sich PMI insbesondere auf Handelsabkommen mit der Schweiz⁷⁴⁻⁷⁷. Anstatt die anerkannten Massnahmen der öffentlichen Gesundheit zur Reduzierung des Zigarettenkonsums zu unterstützen, bekämpft die Industrie diese aktiv und agiert so, als sei die Markteinführung ihrer „neuen Produkte“ die einzige legitime und wirksame Antwort im Bereich der öffentlichen Gesundheit⁷⁸.



Die Industrie nutzt Organisationen, die sich für „Schadensminderung“ einsetzen, um die öffentliche Gesundheit zu diskreditieren

Zahlreiche *Think Tanks* und Organisationen, die „schadensmindernde“ Produkte bewerben oder die Gesundheitspolitik kritisieren, werden direkt oder indirekt von der Tabakindustrie finanziert. Die Verbindungen dieser Interessengruppen zur Industrie werden meist geheim gehalten. Darüber hinaus ist die Bezeichnung von Akteuren der Prävention als „Extremisten“ Teil ihrer Strategie, die darauf abzielt, Massnahmen zu diskreditieren, die den Interessen der Tabakindustrie schaden könnten, und das Lager der öffentlichen Gesundheit zu spalten⁷⁹.



EIN WISSENSCHAFTLICH FUNDIERTER ANSATZ?

DARSTELLUNG DER INDUSTRIE

Eine „transparente“ Wissenschaft

Die Tabakindustrie wirbt mit ihren Investitionen in Forschung und Entwicklung für ihre Produkte mit „reduziertem Risiko“ und betont dabei vollständige Transparenz:

„Wir veröffentlichen unsere wissenschaftlichen Arbeiten transparent auf unserer Website“^{xxx,25}

PMI

Die Zigarettenhersteller verfügen über eigene Plattformen für ihre wissenschaftlichen Arbeiten⁸⁰⁻⁸⁴ und werben mit ihrer Infrastruktur, wie beispielsweise das PMI-Forschungszentrum in Neuenburg, in dem Hunderte von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler arbeiten und zahlreiche Patente angemeldet werden⁸⁵⁻⁸⁷.

Diese Strategie wird durch interne Veröffentlichungen (wie die „Weissen Bücher“ von PMI⁸⁸) und durch die Finanzierung von Organisationen begleitet, die als unabhängig dargestellt werden. Ein Beispiel für letzteres ist die Stiftung Foundation for a Smoke-Free World^{xxx1} (heute Global Action to end smoking^{xxxii,89, 90}), die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Forschung, Rauchstopp und landwirtschaftliche Diversifizierung zu finanzieren.

Gleichzeitig nutzen industrienaher Forscher den Begriff „Junk Science“ (wörtlich: „Müll-Wissenschaft“), um Massnahmen im Bereich der öffentlichen Gesundheit zu diskreditieren, die sich auf wissenschaftlichen Erkenntnissen stützen⁹¹.

Die Industrie beansprucht wissenschaftliche Legitimität

Die Industrie behauptet, dass ihre Produkte mit „reduziertem Risiko“ auf soliden wissenschaftlichen Grundlagen beruhen und von unabhängigen Institutionen und Experten unterstützt werden^{25,92}. Sie argumentiert, dass diese Produkte aufgrund der fehlenden Verbrennung deutlich weniger schädlich seien. Für erhitzten Tabak spricht sie beispielsweise von einer Verringerung der Belastung durch giftige Substanzen um „95 %“⁹³ und für E-Zigaretten von 95 % weniger Risiken⁹⁴. Zur Unterstützung dieser Behauptungen zitiert sie Behörden wie die „Food and Drug Administration“, „Public Health England“ und anerkannte Persönlichkeiten des öffentlichen Gesundheitswesens⁹³.



Industriegelder lenken die Forschung

Die Industrie investiert seit Jahrzehnten in die Forschung, nicht um Schaden zu reduzieren, sondern um die Erarbeitung, Veröffentlichung und Interpretation wissenschaftlicher Erkenntnisse zu beeinflussen⁹⁵. Zwischen 1953 und 1998 wurden mehr als 300 Millionen US-Dollar für diese Forschungsaktivitäten aufgewendet⁹⁶, mit dem Ziel, Einfluss auf die öffentliche Politik zu nehmen und die wissenschaftliche Glaubwürdigkeit der Industrie zu stärken⁹⁷. Die Stiftung Foundation for a Smoke-Free World hat Initiativen massiv unterstützt, die sich an dem Diskurs der Industrie zur „Schadensminderung“ orientieren, und hat somit zum Nachteil strenger unabhängiger Forschung geführt^{98,99}. Drei Viertel der Studien zu erhitztem Tabak werden von der Tabakindustrie finanziert und weisen ein hohes Verzerrungspotenzial auf¹⁰⁰.

PMI hat 2013 in der Schweiz eine Studie der Universität Zürich zur Wirksamkeit der neutralen Verpackung finanziert und beeinflusst, mit dem Ziel, die Ergebnisse zu nutzen, um sich dieser Massnahme im Bereich der öffentlichen Gesundheit zu widersetzen¹⁰¹. Darüber hinaus gab Swiss Cigarette^{XXXIII} der Universität Luzern eine Studie in Auftrag, deren Ergebnisse vor der Abstimmung über die Initiative «Kinder ohne Tabak» (2022) in den Medien verbreitet wurden. Die nie veröffentlichte Studie gelangt zur Schlussfolgerung, dass sich für die Wirtschaft „dank“ der vorzeitigen Todesfälle von Raucherinnen und Rauchern ein Gesamtgewinn entsteht¹⁰².

Generell kommen fast alle von der Tabakindustrie finanzierten Studien, deren Themen sich auf ihre wirtschaftlichen Interessen auswirken könnten, zu Ergebnissen, die zu Gunsten der Industrie ausfallen^{103,104}. Eine systematische Übersicht hat gezeigt, dass diese Studien 59-mal häufiger „neue Produkte“ als risikoarm darstellten, im Vergleich zu unabhängigen Studien, die zu keinem Konsens kamen¹⁰⁵.

Die Industrie lehnt Transparenz ab

Entgegen ihren Behauptungen beeinflusst die Industrie die Forschung weiterhin auf undurchsichtige Weise¹⁰⁶. Eine aktuelle Studie über die Verbindungen zwischen der Tabakindustrie und den Schweizer Hochschulen zeigt, dass die mit oder

für diese Industrie durchgeführten Forschungen oft wenig transparent sind¹⁰⁷. Die Industrie hat sich trotz gesetzlicher Verpflichtungen wiederholt gegen die Veröffentlichung von Verträgen gewehrt. Mehrere Vereinbarungen enthalten Vertraulichkeitsklauseln, die es den Forschenden verbieten, ohne vorherige Zustimmung des multinationalen Unternehmens auch nur die Existenz der Projekte offenzulegen. Solche Bestimmungen stehen im Widerspruch zu den Grundsätzen der wissenschaftlichen Transparenz sowie den gesetzlichen Transparenzpflichten, denen akademische Einrichtungen unterliegen.

Zudem übte PMI im Jahr 2017 Druck auf die Universität Lausanne aus, damit diese eine Studie zurückzog, in der die Inhaltsstoffe des erhitzten Tabaks von IQOS analysiert wurden und die zu dem Schluss kam, dass dessen Emissionen tatsächlich denen von Rauch ähnelten^{108,109}.

Die wissenschaftlichen Referenzen sind verzerrt oder werden instrumentalisiert

Den von der Industrie zitierten Behörden und Experten mangelt es an Unabhängigkeit oder sie werden einseitig dargestellt¹¹⁰.

So ist es zwar richtig, dass die US-amerikanische „Food and Drug Administration“ PMI gestattet zu behaupten, dass IQOS die „Exposition“ gegenüber bestimmten toxischen Substanzen „reduziert“. Die Regierungsbehörde stellt jedoch auch klar, dass es für das im Bereich erhitzter Tabak führende Produkt von PMI „keine klinischen oder epidemiologischen Belege für eine „Schadensminderung“ gibt“ und dass „die verfügbaren Erkenntnisse nicht ausreichen, um nachzuweisen, dass das Produkt, so wie es derzeit von den Konsumenten verwendet wird, die schädlichen Auswirkungen und das Risiko tabakbedingter Krankheiten verringern und sich positiv auf die Gesundheit der Bevölkerung auswirken könnte“^{XXXIV,111}. Diese Präzisierungen werden von PMI systematisch verschwiegen.

Einige „wissenschaftliche Autoritäten“, die zur Verteidigung der „schadensmindernden“ Produkte herangezogen werden, stehen in Verbindung mit der Tabakindustrie. Dies gilt beispielsweise für den französischen Onkologen David Khayat (Berater von



PMI^{112,113}) oder die ehemalige WHO-Führungskraft Derek Yach (erster Präsident der Stiftung Foundation for a Smoke-Free World¹¹⁴). Im Jahr 2014 wurde vom Institut für globale Gesundheit der Universität Genf ein Gutachten verfasst, das sich für eine geringere Besteuerung und die Zulassung von Werbung für diese „neuen Produkte“ aussprach¹¹⁵. Unter den Unterzeichnern des Gutachtens befanden sich namhafte Fachleute mit Verbindungen zur Tabakindustrie. Darunter befanden sich unter anderem Dr. Konstantinos Farsalinos, der Tausende von Euro von Juul erhielt, einem E-Zigaretten-Unternehmen, das später von PMI übernommen wurde¹¹⁶, sowie Ricardo Polosa, Berater von BAT und von „Health

Diplomats“ als Mitarbeiter für Juul vorgeschlagen^{117, 118}. Der Fall von Dr. Delon Human, einem Partner der Industrie und Eigentümer der Gesellschaft „Health Diplomats“, ist ebenfalls bezeichnend¹¹⁹. Über diese Gesellschaft sowie die in der Schweiz ansässige Gesellschaft „Euroswiss Health“¹²⁰ leitete er Initiativen zur Förderung der „Schadensminderung“ auf internationaler Ebene, insbesondere rund um das „schwedische Modell“^{121,122}. „Euroswiss Health“ ist Urheber der Studie, die behauptete, E-Zigaretten seien zu 95 % weniger schädlich als herkömmliche Zigaretten, eine Zahl, die seitdem weitgehend in Frage gestellt wird^{77,94}.

Die „neuen Produkte“ bergen Risiken

- Nikotin ist eine stark suchterzeugende Substanz, die Auswirkungen auf das Herz-Kreislauf-System und auf das sich entwickelnde Gehirn von Jugendlichen hat¹²³⁻¹²⁶.
- Erhitzter Tabak enthält und setzt zahlreiche giftige Substanzen frei und setzt die Konsumenten erheblichen Mengen schädlicher Verbindungen aus. Auch wenn erhitzter Tabak die Exposition gegenüber bestimmten Substanzen im Vergleich zu herkömmlichen Zigaretten verringern kann, gilt er nachweislich als schädlich und seine Langzeitfolgen bleiben ungewiss^(127,128). In Frankreich hat die ministeriumsübergreifende Arbeitsgruppe zur Bekämpfung von Drogen und Suchtverhalten festgelegt, dass erhitzter Tabak nicht unter den Begriff der „Schadensminderung“ fällt¹²⁹.
- E-Zigaretten können zum Rauchstopp beitragen^(130,131), sind jedoch keineswegs

ungefährlich: Sie setzen Konsumenten giftigen Substanzen aus (darunter auch krebs-erregende Stoffe) und werden mit möglichen Risiken für die Atemwege und das Herz-Kreislauf-System in Verbindung gebracht^{132,133}.

- Nikotinbeutel bergen ebenfalls gesundheitliche Risiken, insbesondere einen übermäßigen Nikotinkonsum, Schädigungen der Mundschleimhaut sowie Vergiftungen, insbesondere bei Jugendlichen^{123,134}.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bei Rauchern der Ersatz herkömmlicher Zigaretten durch E-Zigaretten oder Nikotinbeutel zu einem Rückgang tabakbedingter Erkrankungen führen und somit die Gesundheitsrisiken verringern könnte. Für alle anderen Personen bergen diese Produkte ein erhebliches Suchtpotenzial und können zudem gesundheitsschädlich sein¹³⁵.



MARKETING NUR FÜR RAUCHENDE ERWACHSENE?

DARSTELLUNG DER INDUSTRIE

Die Industrie behauptet, dass das Marketing für „neue Produkte“ ausschliesslich auf Erwachsene abzielt, die bereits rauchen

Die multinationalen Tabakkonzerne veröffentlichen Richtlinien zur Selbstregulierung für „verantwortungsbewusstes“ Marketing und versichern, dass ihre „neuen Produkte“ ausschliesslich für rauchende Erwachsene bestimmt sind^{82,136,137}. In der Schweiz haben Swiss

Tobacco und Swiss Cigarette 2018 einen Kodex verabschiedet, der sie verpflichtet, ihre Produkte „verantwortungsbewusst“ zu vermarkten¹³⁸. In diesem Zusammenhang bewirbt die Tabakindustrie ihre Produkte als Alternativen für rauchende Menschen und betont die Notwendigkeit, sie durch Werbung über die „besten Alternativen“ zu „informieren“. Sie positioniert sich damit als Sprachrohr der rauchenden Menschen, die nicht aus der Debatte „ausgeschlossen“ werden sollten¹⁰.

„Diese Produkte sind Erwachsenen vorbehalten. Wir führen sehr strenge Kontrollen durch, um den Zugang von Jugendlichen zu diesen Produkten zu beschränken. Wir entwickeln eine Kommunikation, die sich eindeutig an Erwachsene richtet.“^{XXXV,16}

PMI

„Wir sind zwar begeistert vom Schadensminderungspotenzial der Produkte der neuen Generation, erkennen aber auch an, dass es entscheidend ist, dass sie für nichtrauchende Menschen, insbesondere für Jugendliche, nicht attraktiv sind. Dies könnte den Fortschritt gefährden, der durch den Umstieg rauchender Erwachsener auf diese Produkte erzielt wurden.“^{XXXVI,139}

Imperial

„Wir versuchen, den Zugang, die Attraktivität und den Konsum durch Minderjährige zu verhindern, indem wir Technologien zur Altersüberprüfung einsetzen und sicherstellen, dass unsere Geräte, E-Liquid-Aromen, Verpackungen und unser Marketing auf Erwachsene ausgerichtet sind.“^{XXXVII,140}

BAT



Das Marketing richtet sich nicht nur an rauchende Erwachsene, sondern insbesondere auch an Jugendliche

Das Marketing für sogenannte „schadensmindernde“ Produkte richtet sich an ein breites Publikum, darunter auch Jugendliche, mit speziell auf diese Zielgruppen zugeschnittene Kampagnen¹⁴¹⁻¹⁴⁶. Um das Wachstum ihrer Produkte zu sichern, muss die Industrie stetig ihren Kundenstamm erneuern. Ein grosser Teil der Konsumenten dieser „neuen Produkte“ hat zuvor nicht geraucht, dies gilt insbesondere für Jugendliche¹⁴⁷. In der Schweiz sind die 15- bis 24-Jährigen unter den Konsumenten der „neuen Produkte“ überproportional vertreten, insbesondere beim Konsum von Nikotinbeuteln und E-Zigaretten. Letztere stellen heute das wichtigste Einstiegsprodukt in den Nikotinkonsum bei Minderjährigen dar⁷¹ und können zudem als «Türöffner» für den Konsum herkömmlicher Zigaretten wirken¹⁴⁸.

Die Anziehungskraft nikotinhaltiger Produkte auf Jugendliche ist kein Zufall: Man kann von einer „Candyfizierung“ sprechen, da sie Aromen und Süsstoffe enthalten¹⁴⁹. Dies äussert sich in der Schweiz durch fruchtige Aromen in Nikotinbeuteln, E-Zigaretten und erhitztem Tabak sowie durch den Zusatz von aromatisierten Kapseln (Minze, Früchte) in bestimmten Zigaretten.

Darüber hinaus sind die Massnahmen zur Alterskontrolle nach wie vor völlig unzureichend: In der Schweiz sind die Webseiten der Marken für „schadensmindernde“ Produkte für Minderjährige zugänglich. Mit wenigen Klicks und ohne Alters- oder Identitätsprüfung können sie angeben, dass sie über 18 Jahre alt sind¹⁵⁰⁻¹⁵⁴.

Die Vorschriften zur Vermarktung von „neuen Produkten“ werden von den Tabakherstellern regelmässig missachtet

In Frankreich¹⁵⁵ und in den Niederlanden¹⁵⁶ wurden Verurteilungen wegen Gesetzesverstössen der Tabakindustrie ausgesprochen. Auch in der Schweiz wurden Verstösse gegen kantonale Gesetze begangen, als Werbung für erhitzte Tabakprodukte im öffentlichen Raum sichtbar war (2025 in Lausanne¹⁵⁷ und möglicherweise 2026 in Genf¹⁵⁸). PMI hat 2026 zudem mit der kostenlosen Verteilung von Nikotinbeuteln in Schweizer Bars gegen das Bundesgesetz verstossen¹⁵⁹. Dies scheint eine klare Strategie der Tabakindustrie zu sein: Denn zwischen der Umsetzung dieser Kampagnen und den Gerichtsentscheidungen können mehrere Jahre vergehen, und die Unternehmen nutzen diese Zeitspanne, um die in der Zwischenzeit illegalen Marketingpraktiken fortzusetzen und dadurch neue Konsumenten zu gewinnen¹⁶⁰.

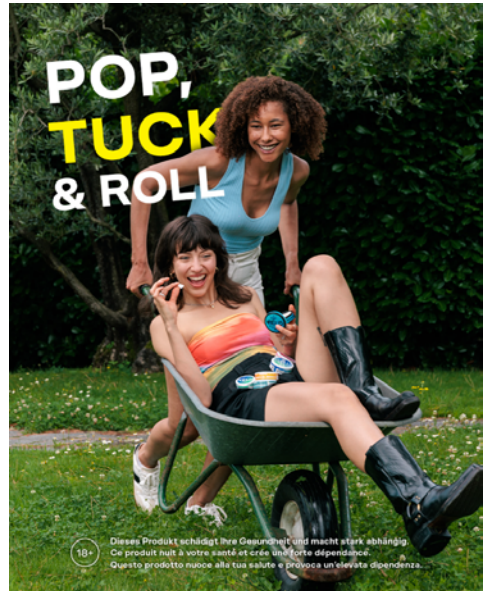


Abbildung 3 – Digitale Werbung für Nikotinbeutel Velo, Schweiz, 2026.

INNOVATIVE PRODUKTE?

DARSTELLUNG DER INDUSTRIE

Technologische „Innovationen“ werden als Fortschritt für die Gesundheit dargestellt

Die Tabakindustrie präsentiert ihre „neuen Produkte“ in einem ausgesprochen positiven Licht und stellt sie als Teil eines kontinuierlichen Innovations- und Verbesserungsprozesses dar¹⁶¹. In der Vergangenheit sei sie daher „gezwungen“ gewesen, den Verkauf herkömmlicher Zigaretten fortzusetzen, solange sie nicht über das notwendige technische Wissen verfügte, um vermeintlich weniger riskante Alternativen auf den Markt zu bringen⁸⁶.

Nun behauptet sie, dass diese Innovationen dazu bestimmt sind, traditionelle Produkte wie die Zigarette schrittweise zu ersetzen^{162,163}. Sie stellt die „neuen Produkte“ als „neue Technologien“ dar³² und vergleicht ihre Entwicklung mit der von Smartphones.

Die Regulierung wird als Hemmnis für den Fortschritt beschrieben

Zudem kritisiert die Industrie die Regulierungsbehörden, die sie im Hinblick auf „neue Produkte“ für zu vorsichtig oder gar für „konservativ“ hält. Sie stellt somit zwei Sichtweisen gegenüber: auf der einen Seite ihre Innovationen, die als fortschrittsbringend dargestellt werden und „die öffentliche Gesundheit weltweit verbessern“ könnten^{xxxviii}; auf der anderen Seite eine Politik, der „Ideologie und falsche Annahmen“ zugrunde liegen^{xxxix,164}.

„Die Regulierung rauchfreier Alternativen ist ein konservativer Ansatz.“^{xl,93}
PMI


„Die Innovation schreitet schneller voran als die Regulierung.“^{xl,93}
PMI



Die Rentabilität bestimmt die Vermarktung der „neuen Produkte“

Entgegen den Behauptungen der Industrie gibt es viele dieser Produkte schon seit langem¹⁶⁵. Dass sie nicht früher weiterentwickelt und vermarktet wurden, lag nicht an technischen Gründen, sondern daran, dass ihre potenzielle Rentabilität als unzureichend eingeschätzt wurde¹⁶⁶.

Interne Dokumente der Tabakindustrie zeigen, dass sie es bewusst vermieden hat, Alternativen zur herkömmlichen Zigarette zu bewerben, solange diese profitabel war und ihre Schädlichkeit angezweifelt werden konnte^{167,168}.

Die Einführung „weniger schädlicher“ Alternativprodukte auf dem Markt hätte Risiken mit sich gebracht: einer impliziten Anerkennung der Schädlichkeit von Tabak sowie Konkurrenz für ihr Hauptprodukt, die Zigarette. Heute hat sich die Situation gewandelt: Die sogenannten „schadensmindernden“ Produkte bringen Investoren eine aussergewöhnliche Rentabilität. Bei PMI liegt die Marge dieser „neuen Produkte“ im Jahr 2026 etwa 2,6-mal höher als die von Zigaretten²⁵. Diese Produkte ersetzen also keineswegs den bestehenden Markt, sondern tragen vielmehr zu dessen Expansion bei. Zwischen 2012 und 2023 stieg der Gesamtwert des europäischen Nikotinmarktes um 3 % auf 159 Milliarden Euro¹⁶⁹ .

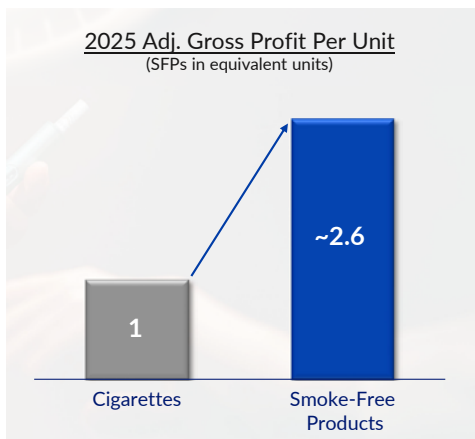


Abbildung 4 – Folie aus einer Präsentation von PMI für seine Aktionäre vom März 2026. Der multinationale Konzern hebt die deutlich höhere Marge seines „rauchfreien“ Sortiments hervor²⁵.

Filter und „Light“-Zigaretten wurden bereits als Innovationen präsentiert

Das Argument, dass Innovationen der öffentlichen Gesundheit dienen, ist nicht neu. Von den 1930er bis zu den 1970er Jahren wurden Filter und „Light“-Zigaretten als Innovationen im Interesse der öffentlichen Gesundheit präsentiert, obwohl sie sich als unwirksam oder sogar schädlich erwiesen haben^{60,170-172}. Diese Fälle verdeutlichen eine Konstante: „Innovation“ dient in erster Linie dazu, die Attraktivität der Produkte zu erhalten und ihren Konsum zu stärken. Die Tabakindustrie verfügt über das technische Wissen, mit dem sie Zigaretten chemisch verändern könnte, beispielsweise durch Veränderung ihres Säuregehalts (pH-Wert). So liesse sich die die Nikotinaufnahme verringern und damit das Suchtpotenzial senken⁵⁸. Ebenso könnten bestimmte Massnahmen, wie die Reduzierung des Nikotingehalts, das Suchtpotenzial wirksam reduzieren. Dies wird jedoch von den Zigarettenkonzernen aktiv bekämpft¹⁷³.

Die „Innovation“ zieht neue Konsumenten an

Innovation spielt eine zentrale Rolle in der Wachstumsstrategie der Branche. Dabei geht es nicht nur darum, Alternativen anzubieten, sondern auch darum, neue Konsumenten zu gewinnen. Für BAT ist Innovation „ein wesentlicher Wachstumsfaktor“¹⁷⁴. Im Marketing zielt die Einführung neuer Produkte auf die „Early Adopters“ ab, also die ersten Gruppen, die ein Produkt annehmen – eine Schlüsselgruppe für den kommerziellen Erfolg¹⁷⁵. Diese Logik spiegelt sich in der Werbung für Produkte wie IQOS wider¹⁷⁶, die als „Innovationen im Tabakbereich“ präsentiert werden und sich an „neugierige“ Verbraucher richten, die auf der Suche nach Neuem sind¹⁷⁷. Eine Strategie, die bei jungen Menschen besonders wirksam ist¹⁷⁸.



Diese Innovationsstrategie wurde vor mehr als 20 Jahren geplant. Im Jahr 2004 erschien bei einer Sitzung zum Thema „Entwicklung neuer Produkte, die den durch das Rauchen von Zigaretten

verursachten Schaden verringern können“ das folgende Diagramm [Abbildung 5](#) in einer internen Präsentation von PMI mit dem Titel „Health Science Research“¹⁷⁹:

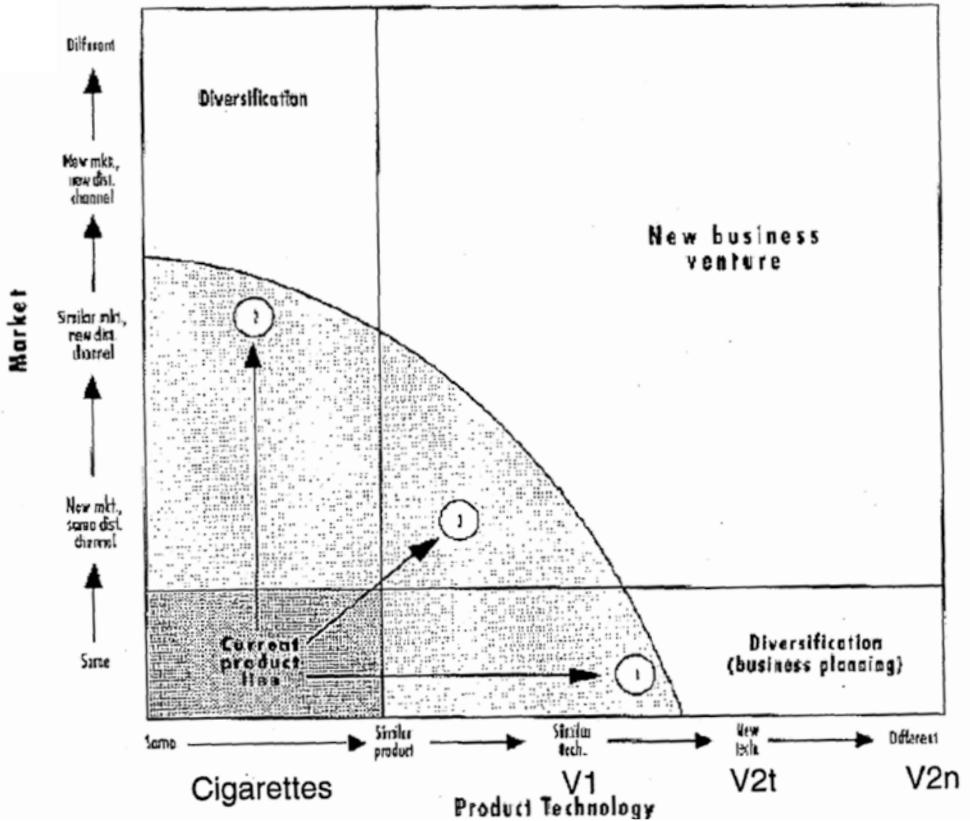


Abbildung 5. Diagramm aus einer internen Präsentation von PMI, das den Zusammenhang zwischen Produktdiversifizierung und der Marktexpansion zeigt

In diesem Diagramm stellt die horizontale Achse die Produktdiversifizierung dar. Die Abkürzung V1 steht für „schadstoffreduzierte Zigaretten“, V2t für tabakhaltige Produkte mit „minimalem Risiko“ (das zukünftige IQOS) und V2n für nikotinhaltige tabakfreie Produkte. Die vertikale Achse stellt die Marktdiversifizierung dar. Die Produktdiversifizierung führt zu einer Marktexpansion: Die „neuen Produkte“ werden zunächst über die bestehenden Vertriebskanäle vertrieben, um

neue Verbraucher zu erreichen. Anschließend wird diese Entwicklung durch die Erschließung weiterer Vertriebskanäle für die „neuen Produkte“ verstärkt, wovon auch die alten Produkte profitieren.

Den Markt zu entwickeln und die Zahl der Verbraucher zu erhöhen, das war der Plan von PMI im Jahr 2004. Heute ist dieses Projekt Realität geworden.



FAZIT

Das Narrativ der „Schadensminderung“ ermöglicht es der Tabakindustrie, sich das Konzept der öffentlichen Gesundheit anzueignen und dessen Rahmenbedingungen neu zu definieren. Sie setzt eine Interpretation durch, die auf ihre eigenen Interessen ausgerichtet ist: „Schadensminderung“ ergibt sich in erster Linie aus der Entwicklung „neuer Produkte“ und damit aus der Steigerung ihrer Gewinne.

Unter dem Deckmantel, zur öffentlichen Gesundheit beizutragen, betreibt die Tabakindustrie eine Form der „regulatorischen Vereinnahmung“^{XLII}, die es ihr ermöglicht, ihre Gewinne zu steigern. Sie plädiert für (und erhält oft) eine differenzierte und flexiblere Regulierung in Bezug auf Besteuerung und Marketing für ihre „schadensmindernden“ Produkte im Vergleich zu anderen Tabakprodukten. Im Bereich des Marketings stützt sich die Industrie auf einen Diskurs der Eigenverantwortung, der die Tatsache verschweigt, dass ihre Strategien auch nichtrauchende Erwachsene und Minderjährige ansprechen und erreichen.

Gleichzeitig diskreditiert die Tabakindustrie tatsächlich wirksame Ansätze im Bereich der öffentlichen Gesundheit, wie strukturelle Präventionsmassnahmen und Hilfsangebote zum Rauchstopp, einschliesslich der Unterstützung durch E-Zigaretten, falls erforderlich. Medizinische Rauchstopphilfen werden von der Industrie als komplex, wenig wirksam oder sogar

zum Scheitern verurteilt dargestellt, während sie ihre Produkte selbst so konzipiert hat, dass sie stark süchtig machen. Diese Argumentation trägt dazu bei, andere wesentliche Hebel im Kampf gegen das Rauchen, insbesondere die Reduzierung der Nachfrage und des Angebots, aus dem Blickfeld zu rücken. Sie zielt auch darauf ab, die Kreise der öffentlichen Gesundheit zu spalten, indem sie Verwirrung hinsichtlich der Reihenfolge der vorrangigen Massnahmen stiftet.

Das Ziel der multinationalen Tabakkonzerne besteht darin, die Zahl der Konsumenten ihrer Produkte, welcher Art auch immer, aufrechtzuerhalten und zu steigern, um einen Massenmarkt für Tabakprodukte und Nikotinsucht zu schaffen. Die durch diesen neuen Markt gesicherte „Nachhaltigkeit“ des Unternehmens wird den Investoren als wesentlicher Vorteil präsentiert, der Hand in Hand mit „Wachstum“ geht^{XLII}. Es besteht somit ein grundlegender und unüberbrückbarer Konflikt zwischen dem Ziel der Tabakindustrie (Gewinnmaximierung) und dem Ziel der öffentlichen Gesundheit im Bereich des Tabakkonsums: die Anzahl der Menschen zu verringern, die rauchen oder mit dem Nikotinkonsum beginnen, sowie die Begrenzung der Schäden bei denjenigen, denen es nicht gelingt aufzuhören.



SCHADENSMINDERUNG – EMPFEHLUNGEN

Besteuerung

- Die Industrie nutzt die niedrige Besteuerung ihrer „neuen Produkte“, um ihre Gewinne zu maximieren, anstatt die Umstellung für die rauchenden Personen zu erleichtern: Diese Produkte werden oft zu Preisen verkauft, die denen von Zigaretten entsprechen oder sogar darüber liegen.
- Gemäss den Empfehlungen internationaler¹⁸⁰ und nationaler Gesundheitsorganisationen^{181,182}, ist es notwendig:
 - Die Besteuerung von Zigaretten zu erhöhen.
 - Die Besteuerung von erhitztem Tabak an die von Zigaretten anzugleichen.
 - Die Besteuerung aller anderen nikotinhaltigen Produkte zu erhöhen.

Marketing und Sponsoring

- Die Werbestrategien für „neue Produkte“ erreichen Nichtraucher, insbesondere junge Menschen, und tragen eher zur Erstkonsumierung als zur Umstellung bei. Es ist daher unerlässlich, die Initiative „Kinder ohne Tabak“ umzusetzen und wirksam durchzusetzen, um Minderjährige vor jeglicher Exposition gegenüber der Vermarktung nikotinhaltiger Produkte zu schützen.
- Am wirksamsten wäre es, jegliche Form von Werbung und Sponsoring für Tabak- und Nikotinprodukte zu verbieten, wie es die WHO empfiehlt¹⁸⁴ und wie es in rund 60 Ländern der Fall ist¹⁸⁵, sowie neutrale Verpackungen für diese Produkte einzuführen.

Forschung

- Angesichts der bisherigen Manipulationen und Desinformationskampagnen der Tabakindustrie können die von ihr finanzierten Studien nicht als unabhängig und zuverlässig angesehen werden.
- Forschung durch die Tabakindustrie ist zu verhindern. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Darstellung der „neuen Produkte“, da die selbsternannte „Transformation“ der Industrie einen Hebel für den Zugang zu akademischen Einrichtungen darstellt¹⁸⁶.
- Darüber hinaus sollte die Markteinführung neuer Produkte von der Verfügbarkeit unabhängiger, fundierter und transparenter Daten über deren Zusammensetzung und ihr Schadenspotenzial abhängig gemacht werden¹⁸⁷.

Schadensminderung

- Das Konzept der Schadensminderung im Tabakbereich darf nicht der Industrie überlassen werden. Die Akteure des öffentlichen Gesundheitswesens müssen es sich wieder zu eigen machen, indem sie evidenzbasierte Ansätze fördern.
- Jedes vermarktete Produkt, das auf Schadensminderung abzielt, sollte strengen Auflagen unterliegen. Im weiteren Sinne muss die Schadensminderung im Bereich der Nikotinsucht in einen strukturierten Rahmen eingebettet sein, der eine fachliche Begleitung der Betroffenen beinhaltet und anerkennt, dass ein grundlegender und unüberbrückbarer Konflikt zwischen den Interessen der Tabak- und Nikotinindustrie und den Zielen der öffentlichen Gesundheit besteht.



LITERATURVERZEICHNIS

- 1 Comité national contre le tabagisme CNCT. Huub Savelkoul, architecte du récit de la transformation de Philip Morris International. 2025. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/huub-savelkoul-architecte-du-recit-de-la-transformation-de-philip-morris-international/>
- 2 Edwards R, Hoek J, Karreman N, Gilmore A. Evaluating tobacco industry 'transformation': a proposed rubric and analysis. *Tobacco Control*. 2022;31(2):313–21. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/31/2/313.full.pdf>.
- 3 Peeters S, Gilmore AB. Understanding the emergence of the tobacco industry's use of the term tobacco harm reduction in order to inform public health policy. *Tobacco Control*. 2015;24(2):182–9. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/2/182.full.pdf>.
- 4 Imperial Brands. Introducing Our Next Generation Products. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213195258/https://imperialbrandscience.com/introducing-our-next-generation-products/>.
- 5 Philip Morris International Inc. IQOS: 5 ans de progrès. 2020. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20230529063450/https://www.pmi.com/markets/switzerland/fr/qui-sommes-nous/iqos-5-ans-de-progr%C3%A8s>.
- 6 British American Tobacco. E-cigarette. 2019. Accessed on: 23.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20231211110717/https://www.bat.ch/group/sites/BAT_A4K-KEC.nsf/vwPagesWebLive/DOBDYHXD?opendocument.
- 7 Japan Tobacco International JTI. Smoke-free nicotine enjoyment from the north. 2019. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20200823161210/https://www.jti.com/sites/default/files/local-files/ch/english/documents/news-documents/20191115-nordic-spirit-ch-media-release-en.pdf>.
- 8 Japan Tobacco International JTI. Nordic spirit. 2026. Accessed on: 06.05.2026. Available from: <web.archive.org/web/20260309030729/https://nordicspirit.ch/>.
- 9 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Produits. 2026. Accessed on: 07.05.2026. Available from: <https://www.at-schweiz.ch/fr/connaissances/produits/>.
- 10 Philip Morris International Inc. Achieving a smoke-free future together. 2023. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20260119063031/https://www.pmi.com/our-progress/achieving-a-smoke-free-future-together>.
- 11 British American Tobacco. A Better Tomorrow. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260125033249/https://www.bat.ch/fr/qui-sommes-nous/a-better-tomorrow>.
- 12 Japan Tobacco International JTI. Sustainability. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250626155825/https://www.jti.com/en/sustainability>.
- 13 Imperial Brands. Healthier futures. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260303225416/https://www.imperialbrandspic.com/people-and-planet/healthier-futures>.
- 14 Infodog. Réduction des risques. Lexique de la prévention. 2024. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.infodog.ch/fr/ressources/lexique-de-la-prevention/reduction-des-risques.html#top>.
- 15 Mehegan J, Gallagher A, Elmitwalli S, Edwards R, Gilmore A. Analysis of Philip Morris International's 'aspirational' target for its 2025 cigarette shipments. *Tobacco Control*. 2024. Available from: <https://doi.org/10.1136/tc-2023-058511>.
- 16 Philip Morris International Inc. Providing a diversity of choice for adult smokers can unlock the door to a smoke-free future. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260128074245/https://www.pmi.com/our-progress/pmis-multi-category-approach-toward-a-smoke-free-future/choice-diversity-of-adult-smokers-can-unlock-smoke-free-future/>.
- 17 British American Tobacco. BAT's commitment to responsible vaping products. 2024. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20251017142452/https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/strategy-and-purpose/responsibility/bats-commitment-to-responsible-vaping-products.pdf>.
- 18 Imperial Brands. blu vapes switch smokers away from cigarettes, new studies find. 2025. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260215013638/https://www.imperialbrandspic.com/news/Stories-and-insights/2025/blu-vapes-switch-smokers-away-from-cigarettes-new-studies-find>.
- 19 Léa Pham Van MS. Who is behind the nicotine industry in Europe? Leading players and their financiers. 13.04.2026. Accessed on: 01.05.2026. Available from: https://www.contre-feu.org/app/uploads/2026/04/Profundo-pour-Contre-Feu_Financement-du-marche-de-la-nicotine-en-Europe.pdf.
- 20 International Tobacco Grower's Association. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260219021522/https://www.tobaccoleaf.org/>.
- 21 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Tobacco farming. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/tobacco-farming/>
- 22 Nguenha N, Bialous S, Matavel J, Lencucha R. Tobacco industry presence and practices in Mozambique: a 'chaotic' but worthy market. *Tobacco Control*. 2024;33(1):86–92. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/33/1/86.full.pdf>.
- 23 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. International Tobacco Grower's Association. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/international-tobacco-growers-association/>
- 24 Lencucha RA, Vichit-Vadanan R, Patanavanich R, Ralston R. Addressing tobacco industry influence in tobacco-growing countries. *Bull World Health Organ*. 2024;102(1):58–64. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/38164327>
- 25 Philip Morris International Inc. Investor Information. March 2026. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20260331181844/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor_relation/March_2026_PMI_Investor_Information.pdf.
- 26 Fitzpatrick I, Bertscher A, Gilmore AB. Identifying misleading corporate narratives: The application of linguistic and qualitative methods to commercial determinants of health research. *PLOS Glob Public Health*. 2022;2(11). Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0000379>
- 27 British American Tobacco. Combustibles. Winning through Focus and sharpened execution. 2019. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2019/Combustibles_Winning_Through_Focus_And_Sharpened_Execution.pdf.
- 28 Philip Morris International Inc. PMI Q3 Results 2025. 2025. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=IK5SjINjNbQ>
- 29 Philip Morris International Inc. 2026 First-Quarter Results. 2026. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260422185039/https://philipmorrisoninternational.gcs-web.com/static-files/bc9f0707-b24e-43a9-892c-60b2583e587c>.
- 30 Japan Tobacco International JTI. 2025 Investor Meeting. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20260305195118/https://www.it.com/investors/results/forecast/pdf/2025/Full_Year/20260212_05.pdf.



- 31 Japan Tobacco International JTI. Integrated Report 2025. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://www.jti.com/investors/results/integrated_report/pdf/2025/integrated-2025_E_all.pdf.
- 32 Philip Morris International Inc. Investor Day 2021. 2021. Accessed on. Available from: https://web.archive.org/web/20260325155112/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation-investor-day-2021/2021-pmi-virtual-investor-day--coo-slides.pdf?sfvrsn=49afa4b4_4.
- 33 Philip Morris International Inc. Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 2025. 2026. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/1413329/000162828026005939/pm-20251231.htm>.
- 34 Philip Morris International Inc. Annual Report 2022. 2022. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20240305211047/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/pmi_2022_annualreport.pdf?sfvrsn=cb21d3b6_2.
- 35 Philip Morris International Inc. Annual report 2025. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260408102230/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor-relation/pmi-2025-annual-report.pdf>.
- 36 Investnovoros. Philip Morris to carry out upgrading in Krasnodar. 2015. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://investnovoros.ru/en/news/philip-morris-to-carry-out-upgrading-in-krasnodar/>.
- 37 Alehshey R, Silver K, Chamberlain P. A "willingness to be orchestrated": Why are UK diplomats working with tobacco companies? *Frontiers in Public Health*. 2023;Volume 11 - 2023. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2023.977713>.
- 38 2firsts. JTI Invests EUR 300 Million in New Factory in Romania to Advance Its Localized Expansion. 2firsts [Internet]. 2026 14.04.2026. Available from: <https://www.2firsts.com/news/jti-to-invest-about-300-million-euros-in-new-factory-in-romania-s-iiifov-county>.
- 39 Coop. Parisiennes. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260407140140/https://www.coop.ch/fr/kiosque/tabacs/cigarettes/parisienne/parisienne-blonde-cigarettes-box-cartouche/p7230299>.
- 40 Kkiosk. Marlboro big pack. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260407135637/https://tabak.kkiosk.ch/fr/collections/marlboro-big-pack>.
- 41 Faeq HA, Hiscock R, Alehshey R. Exposing tobacco companies' retail presence and highlighting regulatory options. *Tobacco Prevention & Cessation*. 2026;12(April):1–5. Available from: <https://doi.org/10.18332/tpc/211478>.
- 42 Saad C, Cheng B, Takamizawa R, Thakur A, Lee C-W, Leung L, et al. Effectiveness of tobacco advertising, promotion and sponsorship bans on smoking prevalence, initiation and cessation: a systematic review and meta-analysis. *Tobacco Control*. 2025;tc-2024-058903. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/early/2025/01/22/tc-2024-058903.full.pdf>.
- 43 Tobacco Atlas. Starting Today, Flavored Cigarettes Can No Longer Be Sold in the EU. 2020. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://tobaccoatlas.org/starting-today-flavored-cigarettes-can-no-longer-be-sold-in-the-eu/>.
- 44 Fitzpatrick I, Dance S, Silver K, Violini M, Hird TR. Tobacco industry messaging around harm: Narrative framing in PMI and BAT press releases and annual reports 2011 to 2021. *Frontiers in Public Health*. 2022;Volume 10 - 2022. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2022.958354>.
- 45 Gilchrist M. Letter from Philip Morris International to the Tobacco Control Research Group. 02.03.2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: https://www.linkedin.com/posts/insidepmi_our-letter-to-the-university-of-bath-activity-7434522923799085056-uk1u/.
- 46 Imperial Brands. Our scientific engagement. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://imperialbrandsscience.com/our-scientific-engagement/>.
- 47 Global State of tobacco harm reduction. 2024 a situation report. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260220131729/https://gsth.org/resources/thr-reports/the-global-state-of-tobacco-harm-reduction-2024-a-situation-report/331/en/>.
- 48 Smoke Free Sweden. Home page. 2026. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20260502053632/https://smokefreesweden.org/>.
- 49 Quit like Sweden. Home page. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://quitlikesweden.org/>.
- 50 British American Tobacco. Reducing Harm. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://www.bat.com/strategy-and-purpose/reducing-harm>.
- 51 Philip Morris International Inc. Unsmoke your world | Philip Morris International. 2025. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20250202224314/https://www.pmi.com/unsmoke-your-world>.
- 52 Philip Morris International. Design, marketing, and sale of smoke-free products. 2025. Accessed on: 01.04.2025. Available from: https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/pmi-sustainability/pmi-04a-c-marketing-code-non-combusted.pdf?sfvrsn=18b76fb6_6.
- 53 World Vapers' Alliance. 20 Harm-Reduction Lessons the FTC should take note of. 2025. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213201422/https://worldvapersalliance.com/20-harm-reduction-lessons-the-ftc-should-take-note-of/>.
- 54 Philip Morris International Inc. Fact versus fiction - World Health Organization report on tobacco | PMI - Philip Morris International. 2023. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20231205190945/https://www.pmi.com/our-science/facts-versus-fiction--world-health-organization-report-on-tobacco>.
- 55 Smoke Free Sweden. Ignoring tobacco harm reduction is a death sentence for millions, global experts tell UN. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260115050813/https://smokefreesweden.org/2024/09/25/ignoring-tobacco-harm-reduction-is-a-death-sentence-for-millions-global-experts-tell-un/>.
- 56 Philip Morris International Inc. PMI's Statement of purpose. 2023. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.pmi.com/statement-of-purpose/>.
- 57 Burley Auction Warehouse Association. A Frank Statement to Cigarette Smokers. 1954. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/ltm0082/>.
- 58 Proctor RN. Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.2011. 738 p.
- 59 Brandt AM. The Cigarette Century: The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product That Defined America. New York: Basic Books.2007.
- 60 Olivier J. Les fabricants de cigarette face à la question tabac et santé en Suisse (1962-2003). Lausanne: Université de Lausanne; 2019. Available from: https://serval.unil.ch/fr/notice/serval:-BIB_15A270E5990D.
- 61 Earley J. Cigarettes, Lies, and Videotape: Study Links Consumer Perceptions with Tobacco Industry Deceptions. 2026. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://publichealth.jhu.edu/institute-for-global-tobacco-control/2026/cigarettes-lies-and-videotape-study-links-consumer-perceptions-with-tobacco-industry-deceptions>.
- 62 Walker R. Proposal for the Development of a Harm Reduction Strategy (HRS). 2000. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/rmjn0197/>.
- 63 World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco Control. Geneva: WHO Framework Convention on Tobacco Control & World Health Organization.2003 25 May 2003. 36 p.



- 64 Ennis G, Dark PR: How Corporate Disinformation Undermines Our Health and the Environment. Wakefield: Daraja Press.2023.
- 65 Tobacco Control Research Group. Deadly Industry: Challenging Big Tobacco. Ep 12: Why do corporations want a seat at the policy-making table? 2025. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://shows.acast.com/deadly-industry-challenging-big-tobacco/episodes/68de4d4530d4829de2f74739>.
- 66 WHO Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines for implementation of Article 5.3 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control 2008 22 November 2008. 20 p.
- 67 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Addiction at Any Cost: Philip Morris International Uncovered. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/pmi-uncovered/>.
- 68 Philip Morris International Inc. Consumers Analysis Group New York Conference. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260402125046/https://philipmorris-international.gcs-web.com/static-files/c47c9ff6-e810-4e5c-878d-baf0cc06c07d>.
- 69 Cancerfonden. Swedish Tobacco Policy. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://www.cancerfonden.se/om-oss/about-us/swedens-road-to-reduced-tobacco-smoking>.
- 70 Scala M, Dallera G, Gorini G, Achille J, Havermans A, Neto C, et al. Patterns of Use of Heated Tobacco Products: A Comprehensive Systematic Review. *Journal of Epidemiology*. 2025;advpub. Available from: <https://doi.org/10.2188/jea.JE20240189>.
- 71 Notari L, AJDJM. Produits du tabac et de la nicotine – Résultats de l'Enquête Santé et Lifestyle 2025 et évolutions récentes. Lausanne; 2026. Available from: <https://www.addictionsuisse.ch/publication/produits-du-tabac-et-de-la-nicotine-resultats-de-lenquete-sante-et-lifestyle-2025-et-evolutions-recentes/>.
- 72 Quach NE, Pierce JP, Chen J, Dang B, Stone MD, Strong DR, et al. Daily or Nondaily Vaping and Smoking Cessation Among Smokers. *JAMA Network Open*. 2025;8(3):e250089. Available from: <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2025.0089>
- 73 Pope CA, 3rd, Burnett RT, Krewski D, Jerrett M, Shi Y, Calle EE, et al. Cardiovascular mortality and exposure to airborne fine particulate matter and cigarette smoke: shape of the exposure-response relationship. *Circulation*. 2009;120(11):941–8. Available from: <https://doi.org/10.1161/circulationaha.109.857888>.
- 74 Koessler C. L'Uruguay gagne contre Philip Morris. *Le Courrier*. 12.07.2016. Available from: <https://lecourrier.ch/2016/07/12/uruguay-gagne-contre-philip-morris/>.
- 75 Ulucanlar S, Fooks GJ, Gilmore AB. The Policy Dystopia Model: An Interpretive Analysis of Tobacco Industry Political Activity. *PLOS Medicine*. 2016;13(9):e1002125. Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002125>.
- 76 World Health Organisation. Litigation Spotlight: Philip Morris vs. Uruguay. 2025. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://extranet.who.int/fctcapps/fctcapps/fctc/kh/T/Interference/news/litigation-spotlight-philip-morris-vs-uruguay>.
- 77 Franceinfo. Quand Philip Morris empêche le Togo de lutter contre le tabagisme. 2017. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.isds.bilaterals.org/?quand-philip-morris-empêche-le-tang=en>.
- 78 Campaign for Tobacco-Free Kids. Major Tobacco Control Litigation Victories. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.tobaccocontrollaws.org/litigation/major-litigation-decisions>.
- 79 British American Tobacco. The CORA Strategy. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/kmlh0195/>.
- 80 Japan Tobacco International JTI. Science resource hub. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.jti.com/en/science/science-resource-hub>.
- 81 Philip Morris International Inc. PMI Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.pmisience.com/>.
- 82 Imperial Brands. Imperial Brands Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://imperialbrandsscience.com/>
- 83 British American Tobacco. BAT Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.bat-science.com/>.
- 84 British American Tobacco. Virtual experience. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.bat-science.com/virtualexperience/index.html>.
- 85 Philip Morris International Inc. Innovation Campus. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.innovationcampuspmi.com/#room05>.
- 86 Philip Morris International Inc. Neuchâtel. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213104728/https://www.pmi.com/markets/switzerland/fr/qui-sommes-nous/neuchatel/>.
- 87 SRF. De la cigarette électronique aux sièges pour enfants: comment la Suisse est devenue championne des brevets. *Swissinfo*. 07.04.2026. Available from: <https://www.swissinfo.ch/fr/commerce-mondial/de-la-cigarette-%C3%A9lectronique-%C3%A0-lappareil-de-laboratoire-des-surprises-sur-les-brevets-suisse/91186737>.
- 88 Philip Morris International Inc. Public health –much harder than rocket science. 2019. Accessed on: 16.04.2026. Available from: https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/newsroom/pmi-white-paper-on-public-health-january-2019.pdf?sfvrsn=a8119eb5_2.
- 89 Global Action to End Smoking. Home page. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://globalactiontoendsmoking.org/>.
- 90 Walker J. The Foundation for a Smoke-Free World—even less independent from its tobacco company founder. 2021. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://blogs.bmj.com/bmj/2021/08/10/the-foundation-for-a-smoke-free-world-even-less-independent-from-its-tobacco-company-founder/>.
- 91 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Crooked Nine. Nine ways the tobacco industry undermines health policy. 2019. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/2019/09/Crooked-9-STOP.pdf>.
- 92 Philip Morris International Inc. Voici Die Fakten. 2024. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250813061140/https://www.thefacts.ch/fr/?imgTextSlide=1>.
- 93 Philip Morris International Inc. Let's talk. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://video.pmi.com/v.html?player.html?token=2f5070d679d83938c1968320fc10e708&showBrowse=0&showSharing=0&socialSharing=0&source=site&photo%5fid=118545580>.
- 94 Boseley S. Public Health England under fire for saying e-cigarettes are 95% safer. *The Guardian*. 28.08.2015. Available from: <https://www.theguardian.com/society/2015/aug/28/public-health-england-under-fire-for-saying-e-cigarettes-are-95-safer>.
- 95 Legg T, Hatchard J, Gilmore AB. The Science for Profit Model—How and why corporations influence science and the use of science in policy and practice. *PLOS One*. 2021;16(6):e0253272. Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253272>.
- 96 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Tobacco Industry Research Committee. 2020. Accessed on: 24 August 2025. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/tobacco-industry-research-committee/>.
- 97 Ong EK, Glantz SA. Constructing «sound science» and «good epidemiology»: tobacco, lawyers, and public relations firms. *Am J Public Health*. 2001;91(11):1749–57. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11684593>.
- 98 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Global Action to End Smoking Tax Return Suggests Business as Usual, Despite New Labels. 2025. Accessed on: 16.04.2026. Available from: https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/GAES_2024_Tax_Return.pdf.
- 99 Legg T, Cliff B, Gilmore AB. Document analysis of the Foundation for a Smoke-Free World's scientific outputs and activities: a case study in contemporary tobacco industry agnogenesis. *Tobacco Control*. 2024;33(4):525–34. Available from: <https://doi.org/10.1136/tc-2022-057667>.



- 100 Braznell S, Van Den Akker A, Metcalfe C, Taylor GMJ, Hartmann-Boeye J. Critical appraisal of interventional clinical trials assessing heated tobacco products: a systematic review. *Tobacco Control*. 2024;33(3):383–94. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/33/3/383.full.pdf>.
- 101 Transparency and Truth. The University of Zurich – Philip Morris case. 2024. Accessed on: 18.12.2025. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/the-university-of-zurich-philip-morris-case/>.
- 102 Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S, Molineaux H, Heizmann T. Briefing paper: Universities under influence - How the tobacco industry infiltrates Swiss academic institutions. 2026. Accessed on: 05.05.2026. Available from: https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/investigation_universities/.
- 103 Pisinger C, Godtfredsen N, Bender AM. A conflict of interest is strongly associated with tobacco industry-favourable results, indicating no harm of e-cigarettes. *Preventive Medicine*. 2019;119:124–31. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0091743518303864>.
- 104 Barnes DE, Bero LA. Industry-funded research and conflict of interest: an analysis of research sponsored by the tobacco industry through the Center for Indoor Air Research. *Journal of health politics, policy and law*. 1996;21 3:515–42. Available from: <https://www.semanticscholar.org/paper/Industry-funded-research-and-conflict-of-interest%3A-Barnes-Bero/b46ef54c36f65e07c28c40be64097aa1346be6e7>.
- 105 Hendlin YH, Vora M, Elias J, Ling PM. Financial Conflicts of Interest and Stance on Tobacco Harm Reduction: A Systematic Review. *Am J Public Health*. 2019;109(7):e1–e8. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6603486/>.
- 106 Braznell S, Laurence L, Fitzpatrick I, Gilmore AB. «Keep it a secret»: Leaked Documents Suggest Philip Morris International, and Its Japanese Affiliate, Continue to Exploit Science for Profit. *Nicotine Tob Res*. 2025;27(5):794–804. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/38925638>.
- 107 Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S. Swiss universities: low-hanging fruits for the tobacco industry? : *OxySuisse*; 2026. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/the-tobacco-industry-swiss-universities/>.
- 108 Radio Télévision Suisse. Temps présent. Les nouveaux pièges de l'industrie de la nicotine. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.rts.ch/emissions/temps-present/emission/whatson:4315791321812.html>.
- 109 PMI science, Maeder S, Peitsch M. Comments on the article entitled "Heat-Not-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name". 2017. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260216213607/https://www.pmisience.com/en/research/independent-studies/comments-on-the-article-entitled-heat-not-burn-tobacco-cigarettes-smoke-by-any-other-name/>.
- 110 Jenssen BP, Walley SC, McGrath-Morrow SA. Heat-Not-Burn Tobacco Products: Tobacco Industry Claims No Substitute for Science. *Pediatrics*. 2018;141(1):e20172383. Available from: <https://policylab.chop.edu/article/heat-not-burn-tobacco-products-tobacco-industry-claims-no-substitute-science>.
- 111 Food and Drug Administration. Technical Project Lead Review of Modified Risk Tobacco Products Application MRTPA(s). 2023. Accessed on: 27.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260427091838/https://www.fda.gov/media/192114/download?attachment>.
- 112 Franceinfo. Vapoteuses, L'empire de la clope contre-attaque. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: https://www.franceinfo.fr/replay-magazine/france-2/complement-d-enquete/complement-d-enquete-vapoteuses-l-empire-de-la-clope-contre-attaque_7867340.html.
- 113 Horel S. David Khayat, un oncologue star en VRP de l'industrie du tabac. *Le Monde*. 14.04.2021. Available from: https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/04/14/david-khayat-un-monsieur-cancer-en-vrp-de-l-industrie-du-tabac_6076758_3224.html.
- 114 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Foundation for a Smoke-Free World. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/ffsw/>.
- 115 Institut de Santé Globale UNIGE. Avant-projet loi sur les produits du tabac (LP Tab); procédure de consultation. 2014. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/ISG-UNIGE-Institut-de-Sante-Globale-Universite-de-Geneve.pdf>.
- 116 Horel S. Un influent cardiologue, spécialiste de la nicotine, a reçu des milliers d'euros de l'industrie du vapotage. *Le Monde*. 11.11.2025. Available from: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2025/11/11/vapotage-enquete-sur-l-expert-secr-et-du-lobby-de-la-nicotine_6652984_4355770.html.
- 117 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Riccardo Polosa. 2023. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/riccardo-polosa/>.
- 118 Health Diplomats. Microsoft Word - Juul background note on POLOSA - March 2019.doc. 2019. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/hkbl0328/>.
- 119 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Delon Human. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/delon-human/>.
- 120 Health Diplomats. Disclosure. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://healthdiplomats.com/disclosure/>.
- 121 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Health Diplomats. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/health-diplomats/>.
- 122 Smoke Free Sweden. Privacy policy. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://smokefreeSweden.org/privacy-policy/>.
- 123 Kent JT, Mok G, Austin E. Nicotine Toxicity From Repeat Use of Nicotine Pouches. *Nicotine Tob Res*. 2025;27(4):767–8. Available from: <https://doi.org/10.1093/ntn/tae114>.
- 124 Henstra C, Dekkers BGJ, Olgers TJ, ter Maaten JC, Touw DJ. Managing intoxications with nicotine-containing e-liquids. *Expert Opinion on Drug Metabolism & Toxicology*. 2022;18(2):115–21. Available from: <https://doi.org/10.1080/17425255.2022.2058930>.
- 125 Yu C, Liu J, Sakurai R, Wang Y, Afrose L, Gour A, et al. Perinatal nicotine vaping exposure induces pro-myofibroblastic phenotype in rat bone marrow-derived mesenchymal stem cells. *Reprod Toxicol*. 2024;129:108673. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11377149/>.
- 126 Colyer-Patel K, Kuhns L, Weidema A, Lesscher H, Cousijn J. Age-dependent effects of tobacco smoke and nicotine on cognition and the brain: A systematic review of the human and animal literature comparing adolescents and adults. *Neurosci Biobehav Rev*. 2023;146:105038. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/36627063>.
- 127 Auer R, Concha-Lozano N, Jacot-Sadowski I, Cornuz J, Berthet A. Heat-Not-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name. *JAMA Intern Med*. 2017;177(7):1050. Available from: <http://archinte.jamanetwork.com/article.aspx?doi=10.1001/jamainternmed.2017.1419>.
- 128 Davigo M, van Schooten FJ, Opperhuizen A, Remels AHV, Talhout R. The chemical profile and toxicological impact of heated tobacco products. *Inhalation Toxicology*. 2026;38(2):77–94. Available from: <https://doi.org/10.1080/08958378.2026.2615967>.
- 129 Comité national contre le tabagisme CNCT. Le tabac chauffé ne relève pas de la réduction des risques selon la MILDECA. 2023. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.generationstanstacab.org/fr/actualites/le-tabac-chauffe-ne-releve-pas-de-la-reduction-des-risques-selon-la-mildec/>.



- 130 Cros J, Lebon L, Jacot Sadowski I, Delgrand Jordan M, Zobel F, Zürcher K. Réduction des risques dans le domaine du tabac 2022-2023 | Unisanté.
- 131 Auer R, Schoeni A, Humair J-P, Jacot-Sadowski I, Berlin I, Stuber M.J., et al. Electronic Nicotine-Delivery Systems for Smoking Cessation. *New England Journal of Medicine*. 2024;390(7):601–10. Available from: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMoa2308815>.
- 132 Stewart BW, Marshall H, Bonevski B, Griffin H.J., Hopkins AM, Itchins M., et al. The carcinogenicity of e-cigarettes: a qualitative risk assessment. *Carcinogenesis*. 2026;47(1). Available from: <https://doi.org/10.1093/carcin/bgag015>.
- 133 Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation dleedt. Evaluation des risques sanitaires liés aux produits du vapotage. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2023-AUTO-0223-RA.pdf>.
- 134 Clegg R. High on snus in school: The hidden nicotine pouches shredding teens' gums. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.bbc.com/news/articles/c9395ywgz73o>.
- 135 Tobacco Control Research Group. A Beginner's Guide To Newer Nicotine And Tobacco Products: Nicotine Pouches, Heated Tobacco And E-cigarettes (Vapes). 2026. Accessed on: 07.05.2026. Available from: <https://oncoday.com/voices/nicotine-and-tobacco-products-491901>.
- 136 Japan Tobacco International JTI. MARKETING OUR PRODUCTS RESPONSIBLY. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260418081501/https://codeofconduct.jti.com/point/en/jti-code-of-conduct/component/default/130524>.
- 137 Imperial Brands. Code of Conduct. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://reemtsma.com/content/uploads/2024/10/Code-of-Conduct-English_Sep-2024.pdf
- 138 Communauté du commerce suisse en tabacs. Protection des mineurs. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250714112157/https://www.swiss-tobacco.ch/codex/?lang=fr>.
- 139 Imperial Brands. Talking Tobacco Harm Reduction. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260419154752/https://imperialbrandsscience.com/talking-tobacco-harm-reduction/>.
- 140 British American Tobacco. Omni. Une vision d'avenir pour un monde essentiellement sans fumée. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.asmokelessworld.com/gb/en/download-form>.
- 141 Watts C, Burton S, Freeman B. 'The last line of marketing': Covert tobacco marketing tactics as revealed by former tobacco industry employees. *Global Public Health*. 2021;16(7):1000–13. Available from: <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1824005>.
- 142 Robert K, Jackler, Divya Ramanurthi, Axelrod AK, Jung JK, Louis-Ferdinand NG, Reidel JE, et al. Global Marketing of IQOS. The Philip Morris Campaign to Popularize "Heat Not Burn" Tobacco. 2020. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <http://tobacco.stanford.edu/iqosanalysis>.
- 143 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Driving Addiction. A race for future generation. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Race-For-Future-Generations.pdf>.
- 144 Davies M, Stockton B, Chapman M, Cave T. The 'Unsmoke' screen: the truth behind PMI's cigarette-free future. *The Bureau of Investigative Journalism*. 2020. Available from: <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2020-02-24/the-unsmoke-screen-the-truth-behind-pmis-cigarette-free-future>.
- 145 Lonchamp S, Canevascini M, Diethelm P, Ducry B. « For adults only » : les jeunes dans le viseur de l'industrie du tabac. Episode 1 - « Jeunesse, l'industrie du tabac vous aime! ». *OxySuisse*; 2025. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2025/01/251002-TNT-EPISODE1-FR.pdf>.
- 146 Campaign for Tobacco-Free Kids. #Sponsored By BigTobacco Tobacco & Nicotine Marketing on Social Media. 2023. Accessed on: 05.05.2026. Available from: https://assets.tobacofreekids.org/content/what_we_do/industry_watch/social-media-marketing-tactics/2023_12_08_SponsoredByBigTobacco.pdf.
- 147 Freeman B, McCool J, Hardie L, Egger S. The tobacco lobby claims vaping is displacing youth smoking – a close look at the evidence tells another story. 2025. Accessed on: 21.05.2026. Available from: <https://theconversation.com/the-tobacco-lobby-claims-vaping-is-displacing-youth-smoking-a-close-look-at-the-evidence-tells-another-story-252283>
- 148 Pierce JP, Chen R, Leas EC, White MM, Kealey S, Stone MD, et al. Use of E-cigarettes and Other Tobacco Products and Progression to Daily Cigarette Smoking. *Pediatrics*. 2021;147(2). Available from: <https://doi.org/10.1542/peds.2020-025122>
- 149 Radio Télévision Suisse. «Enfumés», ou comment une journaliste a infiltré l'industrie de la vape. 2026. Accessed on: 06.05.2026. Available from: <https://www.rts.ch/info/sante/2026/article/enfumes-ou-comment-une-journaliste-a-infiltrer-l-industrie-de-la-vape-29226290.html>.
- 150 Philip Morris International Inc. Veev. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260119052331/https://www.veev-vape.com/ch/en>.
- 151 British American Tobacco. Découvre de nouveaux horizons. Velo et Vuse. 2026. Accessed on: 19.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260218144813/https://www.abettertomorrow.ch>.
- 152 Philip Morris International Inc. Iqos.ch. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260419161320/https://www.tryiqos.ch/en/>.
- 153 Philip Morris International Inc. Zyn.com. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20251010074045/https://www.zyn.com/ch/en>.
- 154 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Des sachets de nicotine présentés comme « sans nicotine » : AT Suisse signale des violations à l'OFSP et au SECO. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.at-schweiz.ch/fr/news-media/news/des-sachets-de-nicotine-pr%C3%A9sent%C3%A9s-comme-sans-nicotine-et-suisse-si-gnale-des-violations-%C3%A0-lofsp-et-au-seco/>
- 155 Comité national contre le tabagisme CNCT. Nouvelle condamnation de Philip Morris France et première condamnation de son ancienne présidente. 20. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://cnct.fr/communiqués/nouvelle-condamnation-de-philip-morris-france-et-premiere-condamnation-de-son-ancienne-presidente/>.
- 156 NL Times. Banned claims that heated tobacco is healthier in shops supported by Philip Morris. *NL Times*. 19.03.2026. Available from: <https://nltimes.nl/2026/03/19/banned-claims-heated-tobacco-healthier-shops-supported-philip-morris>.
- 157 Ville de Lausanne. Procédés de réclame liés au tabac à la boutique «IQOS», rue de Bourg 53, à Lausanne. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/20250722_Lettre_Ville_Lausanne_biffe.pdf
- 158 Zeines S. Une pub pour cigarettes à la légalité douteuse. *Le Courrier*. 15.04.2026. Available from: <https://lecourrier.ch/2026/04/15/une-pub-pour-cigarettes-a-la-legalite-douteuse/>.
- 159 Mesot L. Zyn et doudounes à paillettes: Philip Morris promène sa nicotine dans les stations de ski et, bientôt, dans les bars de Genève et Lausanne. *Le Temps*. 02.04.2026. Available from: <https://www.letemps.ch/societe/zyn-et-doudounes-a-paillettes-philip-morris-promene-sa-nicotine-dans-les-stations-de-ski-et-bientot-dans-les-bars-de-geneve-et-lausanne>.
- 160 Couët Md. Enfumés. J'ai infiltré l'industrie de la vape. 2026. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.rts.ch/play/tv/documentaire/video/enfumes-jai-infiltrer-l-industrie-de-la-vape?um=rs:video:63baf67c-d7bf-324a-967a-4ea9bd3de528>.
- 161 Philip Morris International Inc. Technovation. 2025. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260306172327/https://www.pmi.com/technovation2025presskit/>.



- 162 Philip Morris International Inc. Cube Timeline. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://cubetimeline.innovationcampuspmi.com/?lang=fr>.
- 163 Imperial Brands. How we innovate. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260331103239/https://www.imperialbrandspic.com/who-we-are/our-transformation/how-we-innovate>.
- 164 Philip Morris International Inc. Innovation under pressure. Navigating complexity to drive change. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/progress/davos-2025/innovation-under-pressure---navigating-complexity-to-drive-change.pdf>.
- 165 Chakma JK, Allen S. Tobacco harm reduction policy: The old wine in a new bottle. *Indian J Med Res.* 2025;161(3):226–8. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/40347509>.
- 166 Martinet Y, Béguinot E, Diethelm P, Wirth N. «[Nicotine industry: risk reduction, an exclusively financial objective]». *Rev Prat.* 2021;71(1):27–32. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34160934/>.
- 167 Glantz S, Slade J, Bero LA, Hanauer P, Barnes DE. The Cigarette papers. 1998. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://publishing.cdlb.org/ucpressebooks/view?docId=R8489p25j;chunk.id=0;doc.view=print>.
- 168 Dutra LM, Grana R, Glantz SA. Philip Morris research on precursors to the modern e-cigarette since 1990. *Tob Control.* 2017;26(e2):e97–e105. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/26/e2/e97>.
- 169 Berreta E. Lutte contre le tabagisme: l'Europe distancée par l'industrie. *Le Point.* 09.04.2026. Available from: <https://www.lepoint.fr/monde/lotte-contre-le-tabagisme-leurope-distancee-par-lindustrie-363AUXRZUBDBMN4W6YJDYELIUJ/>
- 170 Pollay RW, Dewhirst T. The dark side of marketing seemingly "Light" cigarettes: successful images and failed fact. *Tobacco Control.* 2002;11(suppl 1):i18–i31. Available from: https://doi.org/10.1136/tc.11.suppl_1.i18.
- 171 Tobacco Tactics. Cigarette Filters. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/cigarette-filters/>.
- 172 Lebon L, Diethelm P, Cros J, Zürcher K. *Revue Médicale Suisse: Prévention du tabagisme en Suisse: 60 ans de progrès graduels (1964-2024).* *Revue Médicale Suisse.* 2025;21(925):1368–73. Available from: <https://www.revmed.ch/revue-medicale-suisse-2025/revue-medicale-suisse-925/prevention-du-tabagisme-en-suisse-60-ans-de-progres-graduels-1964-2024>.
- 173 Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation dleedt. Réduction de la teneur en nicotine dans les produits du tabac: synthèse des études internationales et faisabilité de la mesure en France. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2025-AST-0038.pdf>.
- 174 British American Tobacco. Consumers & Marketing. 2017. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2017/Consumers_Marketing.pdf.
- 175 Stacks DW, Salwen MB, Eichhorn KC. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research.* New York: Routledge.2019.
- 176 Philip Morris International Inc. 2018 First-Quarter Results. 2018. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/a992f191-bfd0-452a-ae73-b236f64d0b3d>.
- 177 Philip Morris International Inc. 9 reasons to switch to IQOS. 2026. Accessed on: 19.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260112324250/https://ch.iqos.com/en/products/iqos/what-is>.
- 178 Owotomo O, Walley S. The youth e-cigarette epidemic: updates and review of devices, epidemiology and regulation. *Curr Probl Pediatr Adolesc Health Care.* 2022;52(6):101200. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1538544222000694>.
- 179 Unknown. SAB MTG OCT 2004 DRAFT PATSKAN.PPT. 2004. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/kslh0218/>.
- 180 Organisation mondiale de la Santé. WHO technical manual on tobacco tax policy and administration. 2025. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240019188>.
- 181 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Position commune des organisations suisses de santé et de lutte contre la toxicomanie sur les cigarettes électronique. 2024. Accessed on: 04.05.2026. Available from: https://www.at-schweiz.ch/documents/969/Position_commune_2024.pdf.
- 182 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Produits du tabac à chauffer. Position commune des organisations suisses de santé et de prévention des addictions. 2025. Accessed on: 04.05.2026. Available from: https://www.at-schweiz.ch/documents/1109/2025_09_10_Gemeinsamer_Standpunkt_HTTP_F.pdf.
- 183 Organisation mondiale de la Santé. WHO Position on Tobacco Control and Harm Reduction. 2025. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/whoposition-nov12.pdf>.
- 184 Organization USNCIAWH. The Economics of Tobacco and Tobacco Control: National Cancer Institute Tobacco Control.2016.
- 185 Hird T, Gallagher A, Evans-Reeves K, Zatoński M, Dance S, Diethelm P, et al. Understanding the long-term policy influence strategies of the tobacco industry: two contemporary case studies. *Tobacco Control.* 2022;31(2):297. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35241603/>.

ENDNOTEN

- I Der Markt für E-Zigaretten wird nicht von den multinationalen Tabakkonzernen dominiert, deren Produkte von zahlreichen Marken konkurriert werden, darunter viele chinesische Unternehmen. Die multinationalen Konzerne arbeiten jedoch daran, ihren Rückstand aufzuholen, und verzeichnen ein rasantes Wachstum ihrer E-Zigaretten-Marken (+95 % für die E-Zigaretten-Marke „Veev“ von PMI im ersten Quartal 2026 im Vergleich zum ersten Quartal 2025). Siehe Philip Morris (2026) Ergebnisse des ersten Quartals.
- II Begriffe in der Originalsprache: „Reduced Risk Products“, „Next Generation Products“, „Smoke-free future“, „A Better Tomorrow“, „A Smokeless World“, „A Better Future“, „Healthier futures“.
- III Im Bereich der öffentlichen Gesundheit ist die Schadensminderung ein Konzept aus der Prävention im Bereich der harten Drogen, das darauf abzielt, die negativen gesundheitlichen, sozialen und wirtschaftlichen Folgen des Drogenkonsums zu begrenzen, indem weniger gefährliche Produkte und Konsumformen angeboten werden.
- IV Deren „Neuartigkeit“ ist fragwürdig, siehe Kapitel 2.5.
- V Zitat im Original: „We can more rapidly achieve a significant milestone in global health—a world without cigarettes. Who wouldn't want to help deliver a future like that?“
- VI Zitat im Original: “For us, a better future starts with lowering the health risks associated with smoking by providing adult consumers with alternative products offering reduced-risk potential.”
- VII Zitat in der Originalsprache: “At BAT, we have set ourselves the aim to Build a Smokeless World by actively migrating smokers from cigarettes to smokeless products.”
- VIII Zitat in der Originalsprache: “Imperial Brands is committed to making a meaningful contribution to the public health concept of tobacco harm reduction through our next generation products.”
- IX Begriff in der Originalsprache: “International Tobacco Growers Association.”



- X Zitat in Originalsprache: "We also hire and develop talent who will lead the Group as senior management and each business as a leader, who expand and optimize our businesses and who explore new areas where we can offer value to society."
- XI Zitat in Originalsprache: "Committed to maintaining: □ Leadership of the cigarette category outside China and the U.S."
- XII Zitat in der Originalsprache: "Leveraging Leadership in Combustibles to Continue Supporting Smoke-Free Expansion and Sustainability Efforts"
- XIII Zitat in der Originalsprache: "The decline in the consumption of cigarettes could have a material adverse effect on our revenues, cash flows and profitability, which in turn may have a material adverse effect on our ability to fund our smoke-free transformation."
- XIV Zitat in der Originalsprache: "In addition, increases in cigarette taxes are expected to continue to have an adverse impact on our sales of cigarettes, due to resulting lower consumption levels"
- XV Zitat in der Originalsprache: "How best to help the more than one billion people who smoke move away from combustible cigarettes as quickly as possible."
- XVI Zitat im Original aus dem Global State of Tobacco Harm Reduction: "There's increasing and energising consensus that regulators, public health, and industry need to come together and demonstrate collective leadership around tobacco harm reduction (THR) on behalf of the world's billion-plus adult smokers. [...] To engender genuine change, harm reduction academics/scientists and industry must break free from their respective echo chambers to better engage with public health, regulatory bodies and consumers."
- XVII Zitat im Original: "tobacco harm reduction has the potential to be one of the biggest public health opportunities of this generation"
- XVIII Zitat im Original: "Everyone working in tobacco control and in tobacco harm reduction wants the same outcome: an end to smoking-related death and disease."
- XIX Aufgrund des starken Rückgangs des Tabakkonsums in Schweden in den letzten Jahren wird dieses Land von der Tabakindustrie und ihren Verbündeten häufig als Beweis dafür angeführt, dass Produkte mit „verringertem Risiko“, insbesondere Snus, Zigaretten erfolgreich ersetzt hätten. Tatsächlich ist der Rückgang des Tabakkonsums jedoch grösstenteils auf wirksame Massnahmen im Bereich der öffentlichen Gesundheit zurückzuführen und nicht auf die Verfügbarkeit der Produkte der Tabakindustrie.
- XX Zitat in der Originalsprache: "So, to help make a meaningful contribution to the public health concept of tobacco harm reduction (THR), we're committed to offering them a range of satisfying, non-combustible NGP brands that fulfil their diverse range of needs and maximise their switching opportunities."
- XXI Begriff in der Originalsprache: „Unsmoker“.
- XXII Zitat in Originalsprache der World Vapers Alliance: "While the aim to reduce and eventually eradicate smoking is laudable, the FTC's outdated and dogmatic approach to tobacco control has become a significant obstacle to public health progress. Its stubborn refusal to acknowledge the potential of harm- reduction strategies [...] has not only hindered smoking cessation efforts but has likely cost millions of lives."
- XXIII Zitat in der Originalsprache: "International health experts today warned that governments of the world are condemning millions to die if they continue to ignore the irrefutable benefits of tobacco harm reduction (THR) policies."
- XXIV Die „World Vapers Alliance“ ist eine Interessengruppe, die der WHO sehr kritisch gegenübersteht und indirekt von der Tabakindustrie über das Consumer Choice Center finanziert wird. Siehe Tobacco Tactics (2025), World Vapers Alliance.
- XXV Zitat in der Originalsprache: "While the aim to reduce and eventually eradicate smoking is laudable, the FTC's outdated and dogmatic approach to tobacco control has become a significant obstacle to public health progress. Its stubborn refusal to acknowledge the potential of harm- reduction strategies [...] has not only hindered smoking cessation efforts but has likely cost millions of lives."
- XXVI Smokefree Sweden ist eine Website, die von dem Schweizer Dienstleistungsunternehmen Health Diplomats erstellt wurde, das von Delon Human geleitet wird und zu dessen Kunden Tabakunternehmen wie BAT und Juul zählen. Siehe Tobacco Tactics (2026) Health Diplomats.
- XXVII Zitat in der Originalsprache: "International health experts today warned that governments of the world are condemning millions to die if they continue to ignore the irrefutable benefits of tobacco harm reduction (THR) policies."
- XXVIII Die „Frank Statement to Cigarette Smokers“ ist ein kurzer PR-Text, der von der Tabakindustrie verfasst und in Hunderten von Zeitungen in den Vereinigten Staaten veröffentlicht wurde. Sein Ziel war es, die Öffentlichkeit hinsichtlich der Schädlichkeit von Zigaretten zu beruhigen und ein umfangreiches Forschungsprogramm zu diesem Thema anzukündigen, das zu diesem Zeitpunkt in Wirklichkeit bereits entschieden war. Zitat im Original: "We always have and always will cooperate closely with those whose task it is to safeguard the public health."
- XXIX Begriff in der Originalsprache: „Multistakeholderism“
- XXX Zitat in der Originalsprache: „We publish our science transparently on our website.“
- XXXI Begriff in der Originalsprache: „Foundation for a Smoke-Free World“
- XXXII Begriff in der Originalsprache: „Global Action to End Smoking“
- XXXIII Der Schweizer Verband der Zigarettenhersteller, dem PMI, JTI und BAT angehören.
- XXXIV Zitat in der Originalsprache: "There is no direct clinical or epidemiological evidence of risk reduction, and the available evidence is insufficient to demonstrate that the product, as actually used by consumers, will significantly reduce harm and risk to individual users and benefit the health of the population as a whole."
- XXXV Zitat in der Originalsprache: "These products are for adults only. We have very strict controls in terms of limiting the access of youth to these products. We develop our communication which is clearly geared just to the adults."
- XXXVI Zitat in der Originalsprache: "While we're excited about the harm reduction potential of NGP, we also recognise it's crucial they're not also attractive to non-smokers – including youth. This would potentially undermine any progress made through switching adult smokers."
- XXXVII Zitat in der Originalsprache: "We are striving to: • Prevent underage access, appeal and accidental use, by adopting age-gating technologies and accidental use restriction features, and ensuring device features, e-liquid flavours, packaging and marketing are designed for adults."
- XXXVIII Zitat im Original: "Innovation has fundamentally transformed the businesses of Philip Morris International (PMI) and has the potential to improve public health globally"
- XXXIX Zitat in der Originalsprache: "ideology and faulty assumptions"
- XL Zitat in der Originalsprache: "Innovation moves faster than regulation." "Regulating smoke free alternative is a conservative approach."
- XLI Zitat in der Originalsprache: "create new products that might reduce the harm caused by cigarette smoking."
- XLII Regulatorische Vereinnahmung bezeichnet eine Situation, in der die für die Regulierung eines Sektors zuständigen Behörden von den Interessen der Branchen beeinflusst werden, die sie eigentlich beaufsichtigen sollen, zum Nachteil des öffentlichen Interesses.
- XLIII „Starke und nachhaltige Netto-Umsatztreiber“ („Strong and Sustainable Net Revenue Drivers“) und „Fünftes Jahr in Folge mit Gesamtvolumenwachstum“ („Fifth Consecutive Year of Total Volume Growth“) werden von PMI in einer Präsentation mit dem Titel „Informationen für Investoren“ („Investor Information“) im März 2026 angekündigt. Siehe Philip Morris (2026), Investor Information.



IMPRESSUM

Redaktion und Lektorat

Hugo Molineaux, Michela Canevascini, Pascal Diethelm,
Sophie Lonchamp, Marthe Solleder (OxySuisse)

Grafik

Plates-Bandes communication

Empfohlene Zitierweise

Molineaux H, Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S, Solleder M,
Schadensminderung im Dienste der Gewinnsteigerung. Analyse der
irreführenden Darstellung der Tabakindustrie. OxySuisse; 2026.

Verfügbar unter : [transparencyandtruth.ch/de/ressource/
schadensmin-derung-und-neue-produkte-aus-tabak-und-nikotin/](https://transparencyandtruth.ch/de/ressource/schadensmin-derung-und-neue-produkte-aus-tabak-und-nikotin/).

Finanzierung:

Die Initiative Transparency and Truth wird vom Schweizer
Tabakpräventionsfonds finanziert.



transparencyandtruth.ch/de/

OxySuisse
Rue Enning 4
CH-1003 Lausanne
info@oxysuisse.ch
oxysuisse.ch/de