

Medienmitteilung, 26. November 2024

**EMBARGO: 26. November 9h**

## Schweiz: Die Tabakindustrie nutzt die Philanthropie, um ihren Einfluss auszuweiten

**Bern (Schweiz) - Ein neuer Bericht von "Transparency and Truth", der von AT Schweiz erstellt und von OxySuisse veröffentlicht wurde, zeigt, dass viele der führenden sozialen und kulturellen Organisationen in der Schweiz von der Tabakindustrie finanziert werden. Bei diesen Beiträgen handelt es sich keineswegs nur um philanthropische Aktionen, sondern sie sind Teil einer klar definierten Geschäftsstrategie.**

Die grossen multinationalen Tabakkonzerne mit Sitz in der Schweiz unterwandern verschiedene Bereiche der Gesellschaft, insbesondere durch die Finanzierung sozialer und kultureller Organisationen wie **des Kunsthauses Zürich, des Grand Théâtre de Genève, der Schweizerischen Berghilfe oder des Centre Social Protestant de Neuchâtel.**<sup>1</sup> Auch wenn diese Beiträge wie selbstlose philanthropische Spenden aussehen mögen, zeigt die Analyse der internen Dokumente der Industrie eine andere Realität: **diese "grosszügigen" Beiträge sind in Wirklichkeit PR-Instrumente, die darauf abzielen, Verbindungen zur Zivilgesellschaft zu knüpfen, das Image des Unternehmens aufzupolieren und ein Gefühl der "Rechenschaftspflicht" gegenüber diesen Organisationen zu schaffen.** Ziel ist es, ein Netzwerk von Verbündeten aufzubauen, die bereit sind, seine Interessen zu verteidigen, welche unvermeidlich den Massnahmen im Bereich der öffentlichen Gesundheit entgegenstehen.

### "Werden diese Spenden uns politisch helfen?"

Im Jahr 2023 beliefen sich die offiziell gemeldeten Spenden an soziale Organisationen in der Schweiz von Philip Morris und Japan Tobacco International auf rund 380.000 CHF. Diesen Zahlen mangelt es jedoch an Transparenz: Einige begünstigte Organisationen, die in ihren Jahresberichten erwähnen, dass sie Gelder von diesen Industrien erhalten, sind in den offiziellen Meldungen nicht enthalten. Darüber hinaus veröffentlichen die Tabakkonzerne keine genaue Aufstellung der Spenden an kulturelle Organisationen.

Interne Dokumente der Tabakindustrie enthüllen, dass hinter der philanthropischen Fassade eine gut orchestrierte Strategie der Einflussnahme steckt. Die Verbindung zwischen diesen Spenden und kommerziellen und politischen Interessen wird von einem Manager von Philip Morris klar erläutert, der dazu aufruft, **"sicherzustellen, dass unsere wohlthätigen Beiträge von unseren kommerziellen Unternehmenszielen geleitet werden"**, und sich dabei an folgendem Kriterium orientiert: **"Werden diese Spenden uns politisch helfen?"**.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hier ist eine umfassendere Liste aus unseren Recherchen für das Jahr 2023 für Philip Morris und Japan Tobacco International in der Schweiz :

**Kulturelle Organisationen:** Fondation de l'Hermitage, Musée cantonal de Beaux-Arts in Lausanne, Orchestre de la Suisse romande, Kunstmuseum Luzern, MAMCO in Genf, Kunsthaus Zürich, Grand Théâtre de Genève, Théâtre de Carouge, Swiss Diversity. Auch viele Musikfestivals werden von der Tabakindustrie finanziert, z. B. das Montreux Jazz Festival, das Frauenfeld Festival, das Paléo Festival Nyon, das OpenAir St. Gallen, das Verbier Festival und andere.

**Soziale Organisationen:** REDOG, International Social Service, Cartons du coeur, Schweizerischen Berghilfe, Fondation d'aide aux victimes, Centre Social Protestant Neuchâtel, Caritas Neuchâtel, Association Partage, SSBL Stiftung für selbstbestimmtes und begleitetes Leben, ECLT Eliminating Child Labour in Tobacco-Growing Foundation.

<sup>2</sup> Slavitt, J. (1998). PM. SGA Planning Resources materials. [www.industrydocuments.ucsf.edu/tobacco/docs/#id=hjyy0177](http://www.industrydocuments.ucsf.edu/tobacco/docs/#id=hjyy0177).

## Bewusstsein schaffen und alternative Lösungen finden

Artikel 13 der WHO-Rahmenkonvention über die Tabakkontrolle (FCTC), das die Schweiz zwar unterzeichnet, aber nicht ratifiziert hat, empfiehlt ein Verbot solcher Zuwendungen seitens der Tabakindustrie, die zu Recht als Teil ihrer Geschäftsstrategie betrachtet werden. Die Initiative "Kinder ohne Tabak" geht in diese Richtung, wird aber derzeit durch die intensive Lobbyarbeit der Tabakindustrie im Schweizer Parlament ernsthaft geschwächt.

**AT Schweiz und OxySuisse möchten mit diesem Bericht die von der Tabakindustrie finanzierten Organisationen für die Manipulationen sensibilisieren, denen sie zum Opfer fallen, und einen Dialog in Gang setzen, um Alternativen zu dieser Finanzierungsquelle zu finden.** Viele Organisationen haben sich bereits dafür entschieden, auf diese Gelder zu verzichten, ohne ihr Überleben zu gefährden, und weigern sich damit, zu Komplizen einer Industrie zu werden, die die Gesundheit von Jugendlichen und Raucherinnen und Rauchern zugunsten ihrer kommerziellen Gewinne opfert.

### Zusätzliche Materialien :

- **Website des Projekts Transparency and Truth, Dossier Sponsoring:**  
<https://www.transparencyandtruth.ch/de/die-dossiers/sponsoring-und-philanthropie>
- **Briefing-Papier :** [«Eine eigennützige Grosszügigkeit : wie die Unterstützung kultureller und sozialer Organisationen den Geschäftsinteressen der Tabakindustrie dient»](#)
- **Bericht :** [«Eine eigennützige Grosszügigkeit. Sponsoring von kulturellen Organisationen und Spenden an Wohltätigkeitsorganisationen durch die Tabakindustrie»](#)

### Auskunftspersonen:

Deutsch : **Nicola Imseng**, Projektleiter Kommunikation, AT Schweiz.  
nicola.imseng@at-schweiz.ch, +41 31 599 10 30

Französisch : **Hugo Molineaux**, Wissenschaftlicher Mitarbeiter (früher AT Schweiz, jetzt OxySuisse), Autor des Berichts.  
hugo.molineaux@oxysuisse.ch, +41 77 412 70 74

Italienisch : **Michela Canevascini**, Direktorin von OxySuisse.  
michela.canevascini@oxysuisse.ch, +41 76 679 84 87

#### ***Transparency and Truth***

*Transparency and Truth* ist ein Projekt von OxySuisse, das vom Tabakpräventionsfonds unterstützt wird. Es zielt darauf ab, die Tabakepidemie in der Schweiz und ihre Ursachen zu beleuchten. Ziel ist es, die Praktiken der Tabakindustrie aufzudecken und zu hinterfragen. Das Projekt behandelt verschiedene Themen wie die Instrumentalisierung der akademischen Welt, Greenwashing-Praktiken, Marketingstrategien, die sich an Jugendliche richten, sowie Sponsoring, um nur einige zu nennen.