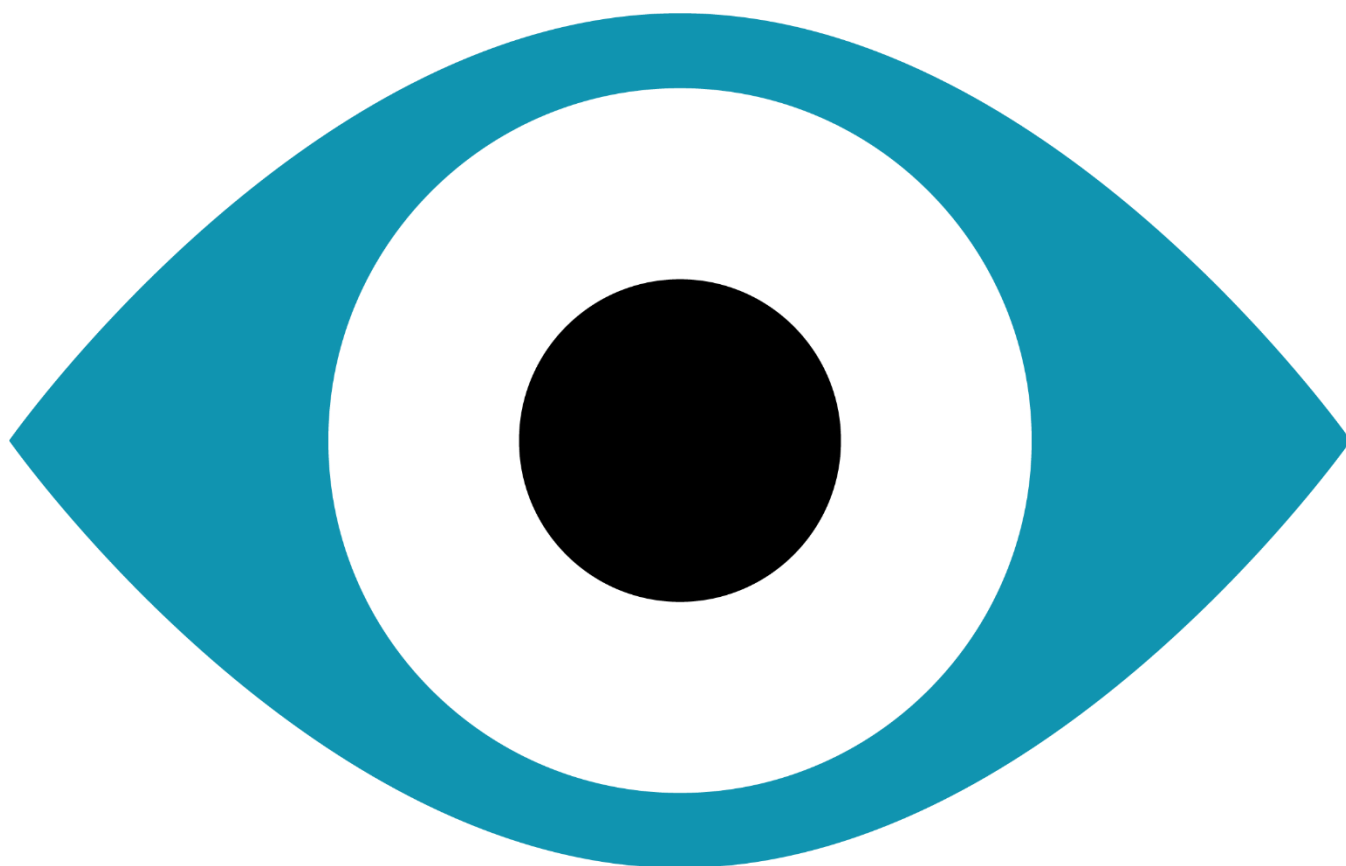


# OxySuisse Jahresbericht 2025



**Der Einfluss  
der Tabakindustrie**



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Präsidenten	4
Vorwort der Direktorin	6
Unsere Mission	8
2025 in Zahlen	9
2025 im Monatsrückblick	10
Unsere Veröffentlichungen im Jahr 2025	11
Ein wachsendes Team	13
Kommunikation und Sichtbarkeit	14
Ein starkes Netzwerk in der Schweiz und international	16
Unsere Perspektiven für 2026	20
Finanzbericht / Bilanz per 31.12.2025	21
Danksagung	22

# Vorwort des Präsidenten

Das Jahr 2025 war geprägt von der Einführung dessen, was ich mit einem Augenzwinkern als *OxySuisse 2.0* bezeichnen würde.

Unser Verein hat sein 25-jähriges Jubiläum (er wurde am 13. September 2000 gegründet) zum Anlass genommen, einen Neuanfang zu wagen und einen neuen Schritt zu gehen. Dies schlug sich nieder in einem neuen Erscheinungsbild und einer neuen Webseite, im Umzug des Hauptsitzes von Genf nach Lausanne, verbunden mit dem Einzug in neue Räumlichkeiten in der Rue Enning, und vor allem in der Verstärkung des Teams durch die Aufnahme von drei neuen Mitarbeitenden: Tanja Heizmann, Sophie Lonchamp und Quentin Landolt. Diese Veränderungen erwiesen sich als notwendig, damit OxySuisse den Auftrag *Transparency and Truth*, den ihm der Tabakpräventionfonds übertragen hatte, bestmöglich erfüllen konnte.

Diese im Jahr 2025 erfolgten tiefgreifenden Veränderungen in der Verwaltung und im Erscheinungsbild führten nicht zu einer Verlangsamung der operativen Tätigkeit, ganz im Gegenteil: Das Team hat seine Produktivität aufrechterhalten oder sogar gesteigert, dabei ein hohes Mass an wissenschaftlicher und sachlicher Genauigkeit gewahrt und die Kommunikation sowie die Sichtbarkeit seiner Arbeit verstärkt.

Wie dieser Bericht zeigt, ist diese Produktivität besonders umfangreich. Erwähnenswert ist, dass sich das Team und insbesondere seine Leiterin, Michela Canevascini, parallel dazu das ganze Jahr über einer gross angelegten Studie über die Verbindungen zwischen Schweizer Universitäten und der Tabakindustrie gewidmet haben, deren Ergebnisse im Februar 2026 veröffentlicht wurden.

Die hohen Ansprüche, die sich das Team und seine Leiterin gesetzt haben, haben sie unter erheblichen Druck gesetzt. Ich möchte ihnen herzlich danken und ihnen dazu gratulieren, dass sie die zahlreichen Herausforderungen des Jahres 2025 gemeistert haben, indem sie die Schwierigkeiten mit Entschlossenheit überwunden und ihr Bestes gegeben haben.

*OxySuisse 2.0* ist nun fest etabliert und ich bin zuversichtlich, dass der Verein den vom Tabakpräventionsfonds übertragenen Auftrag immer effizienter erfüllen und sogar darüber hinausgehen wird, indem er zur Denormalisierung von Tabak, Nikotin und der Industrie beiträgt, die diese Produkte produziert und vermarktet. Dies wird in enger und freundschaftlicher Zusammenarbeit mit unseren Kollegen vom Tabakpräventionsfonds sowie mit unseren nationalen und internationalen Partnern geschehen.

Es lebe *OxySuisse 2.0*.



*Pascal Diethelm, Präsident von OxySuisse*

# Vorwort der Direktorin

Die Leitung eines Vereins zu übernehmen, der 25 Jahre lang fast ausschliesslich vom Engagement von Pascal Diethelm getragen wurde, ist keine Kleinigkeit.

Mit Beständigkeit und Überzeugung hat Pascal eine Organisation aufgebaut, die weit über die Schweizer Grenzen hinaus anerkannt ist und von einem soliden internationalen Netzwerk unterstützt wird. Vom Fall Rylander bis hin zu dem der Universität Zürich haben seine Aktionen die Medienlandschaft nachhaltig geprägt. Vor allem aber hat er das entwickelt, was heute das Markenzeichen von OxySuisse ausmacht: eine beeindruckende Fähigkeit zur Analyse und zum Handeln gegenüber der Tabakindustrie.

Mit Geduld, Präzision, Weitsicht (und einer guten Portion Humor!) hat Pascal die Saat gesät, die heute neue Früchte trägt, insbesondere durch die Initiative *Transparency and Truth*, die vom Tabakpräventionsfonds unterstützt wird.

Als Pascal mir anbot, die Leitung von OxySuisse zu übernehmen, habe ich diese Verantwortung mit Begeisterung angenommen, wohl wissend, wie gross die Herausforderung ist, die bisher geleistete Arbeit fortzusetzen.

Im Jahr 2025 hat OxySuisse eine neue Etappe erreicht. Das Team ist gewachsen und wurde verstärkt, sodass wir einem hohen Arbeitspensum und mitunter komplexen Herausforderungen gewachsen sind. Gleichzeitig haben wir neue Verbindungen geknüpft, insbesondere in der Deutschschweiz. Nach und nach lernen unsere Partner uns kennen und engagieren sich an unserer Seite für eine anspruchsvolle Mission: die Denormalisierung der Tabak- und Nikotinindustrie.

Besonders hervorheben möchte ich die zentrale Rolle des Teams, dessen Engagement und Kompetenzen bemerkenswert sind. Ihm ist es zu verdanken, dass OxySuisse vorankommt, sich festigt und Tag für Tag seine Mission verkörpert.

Unser Engagement erfordert Ausdauer, Mut und Geduld. Manchmal fühlen wir uns wie David, der einem riesigen und mächtigen Goliath gegenübersteht. Aber wir sollten eines nicht vergessen: Es war David, der den Kampf letztendlich gewonnen hat!



*Michela Canevascini, Geschäftsführerin von OxySuisse*

# Unsere Mission

Seit über 20 Jahren setzt sich OxySuisse für eine Gesellschaft ein, die frei von Tabak- und Nikotinsucht ist. Das grösste Hindernis auf dem Weg zu diesem Ziel? Die Tabakindustrie und ihre Einflussstrategien. Auch im Jahr 2025 belegt die Schweiz erneut den vorletzten Platz in der Rangliste der Länder hinsichtlich des Einflusses der Tabakindustrie.<sup>1</sup>

Angesichts dieser grossen Herausforderung verpflichtet sich OxySuisse zu Folgendem:



**Verstehen:** die Praktiken der Tabakindustrie zu untersuchen und zu dokumentieren.



**Kommunizieren und Informieren:** Diese Informationen an die Öffentlichkeit, Medien, politische Entscheidungsträger und Partnerorganisationen weitergeben, insbesondere über unsere Webseiten [transparencyandtruth.ch](https://transparencyandtruth.ch) (in vier Sprachen) und [oxysuisse.ch](https://oxysuisse.ch) (in drei Sprachen).



**Handeln:** politische, rechtliche und wissenschaftliche Massnahmen unterstützen, um die öffentliche Gesundheit zu schützen und den Machenschaften der Tabakindustrie entgegenzuwirken.

Seit 2023 konkretisiert sich die Arbeit von OxySuisse vor allem durch die Initiative [Transparency and Truth](#), ein Auftrag des Tabakpräventionsfonds, dessen Ziel es ist, die Strategien und Einflussmethoden der Tabak- und Nikotinindustrie in der Schweiz aufzudecken.

Unsere Ziele? Die Manipulationsmechanismen der Industrie zu entlarven, dazu beizutragen, ihre Praktiken zu denormalisieren und das kritische Bewusstsein der Bevölkerung zu stärken. Mit der Einschränkung seines Einflusses wollen wir die Einführung wirksamer struktureller Massnahmen zur Prävention des Tabakkonsums im Einklang mit dem [WHO-Rahmenübereinkommen über die Bekämpfung des Tabakkonsums](#) fördern.

<sup>1</sup> Global Tobacco Industry Interference Index 2025; <https://www.at-schweiz.ch/en/advocacy/tobacco-industry/global-tobacco-industry-interference-index/gti-2025/>

# 2025 in Zahlen

Im Jahr 2025 hat OxySuisse einen entscheidenden Meilenstein erreicht.

3

Neue **Berichte** zu den Strategien der Tabakindustrie veröffentlicht



1

**Umzug**

24

Veröffentlichte Beiträge auf **LinkedIn und Instagram**



2

Komplett überarbeitete **Webseiten** mit fast 70 Seiten und 300 Ressourcen

3

Neue **Mitarbeiter** eingestellt, wodurch sich die Größe des ursprünglichen Teams verdoppelt hat

24

Treffen mit nationalen und kantonalen **Partnern**

287

Kontakte, an die der erste **Newsletter** versendet wurde



1

Internationales **Webinar** zum Thema „Jugendliche als Ziel des Tabakmarketings“

# 2025 im Monatsrückblick

## Mai

- Veröffentlichung am Weltnichtrauchertag
  - Einstellung von Quentin Landolt, Verwaltungsassistent
  - Umzug in die neuen Räumlichkeiten in Lausanne

## Juli

- Online-Schaltung der neuen Websites [transparencyandtruth.ch](https://transparencyandtruth.ch) und [oxysuisse.ch](https://oxysuisse.ch)
- Aufnahme von Kontakten zu Partnern in der Deutschschweiz

## November

- Veröffentlichung der Folge „Du bist noch zu klein, mein Grosser: Die Versuchung des Verbotenen“ aus der Reihe *For adults only*
- Teilnahme an der COP 11 und Aufstellung der Death Clock in Genf

## Februar-März

- Einstellung der beiden neuen wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen: Tanja Heizmann und Sophie Lonchamp

## Juni

- Teilnahme an der World Conference on Tobacco Control in Dublin
- Veröffentlichung des Dossiers „LGBTIQ+“

## Oktober

- Teilnahme an der European Conference on Tobacco Control in Belgrad
- Veröffentlichung der Folge „Jugendliche, die Tabakindustrie liebt euch!“ aus der Reihe *For adults only*
- Teilnahme am EPFL-Forum in Lausanne
- Veröffentlichung des Dossiers „Selbstregulierung“

## Dezember

- Organisation des Webinars zum Thema „Jugendliche als Ziel des Tabakmarketings“
- Veröffentlichung der Folge „Wie Marketingtools auf Minderjährige zielen“ aus der Reihe *For adults only*

# Unsere Veröffentlichungen im Jahr 2025

## LGBTIQ+: Wenn Marketing instrumentalisiert



Im Juni 2025 veröffentlichten wir einen Bericht, in dem analysiert wurde, wie die Tabakindustrie die LGBTIQ+-Bewegung für Image- und Marketingzwecke ausnutzt.

Die Tabakindustrie präsentiert sich gerne als Verbündete der LGBTIQ+-Community, indem sie Vereine finanziert und Botschaften der Inklusion verbreitet. Doch hinter dieser inklusiven Haltung verbirgt sich eine weitaus ambivalenterere Realität: Seit Jahrzehnten zielt die Branche mit Werbekampagnen gezielt auf diese Community ab. Zudem unterstützt die Tabakindustrie in der Schweiz finanziell die SVP, eine konservative Partei, die sich systematisch gegen die Rechte von LGBTIQ+-Personen einsetzt.

## Selbstregulierung: ein Ablenkungsmanöver?

Im Oktober 2025 haben wir einen Bericht veröffentlicht die über *Selbstregulierung der Tabakindustrie*, die von ihr häufig genutzt wird, um verbindliche Gesetze zu umgehen.

Unter dem Deckmantel verantwortungsvollen Handelns ergreift die Tabakindustrie sogenannte freiwillige Maßnahmen, insbesondere im Bereich der Werbung. In Wirklichkeit sind diese Maßnahmen Teil einer Einflussstrategie, die darauf abzielt, jegliche verbindliche staatliche Regulierung zu verhindern oder zu schwächen.

Dieser Bericht zeigt, dass diese bewusst ineffizienten und unverbindlichen Mechanismen nicht darauf abzielen, den Tabakkonsum zu reduzieren, sondern darauf, die wirtschaftlichen Interessen der Tabakhersteller zu wahren.



# „For adults only“: Jugendliche im Visier der Industrie

Im Herbst 2025 starteten wir eine mehrteilige Reihe, die sich mit [den Strategien der Tabakindustrie zur Anwerbung junger Menschen](#) befasst. Diese Serie beleuchtet eine besorgniserregende Realität: Trotz ihrer offiziellen Behauptung, Minderjährige schützen zu wollen, betrachtet die Industrie junge Menschen als eine wesentliche Zielgruppe, um den Nachwuchs an Konsumenten zu sichern. Die ersten drei Folgen wurden 2025 veröffentlicht.



## Folge 1

Darin erklären wir, [warum Jugendliche für die Industrie eine strategische Herausforderung darstellen](#) und wie diese ihre Produkte und Botschaften anpasst, um sie anzusprechen.

## Folge 2

Wenn eine direkte Ansprache aus rechtlichen und ethischen Gründen unmöglich wird, umgeht die Industrie die Regeln. [Sie nutzt die Codes, Schwachstellen und Sehnsüchte der Jugend aus](#), um ihre Produkte attraktiv zu machen, und bewahrt dabei den Anschein von Seriosität.



## Folge 3

Auch wenn die massive Tabakwerbung weitgehend der Vergangenheit angehört, sind die Strategien der Einflussnahme nicht verschwunden: Sie haben sich angepasst. Soziale Netzwerke, Influencer-Marketing, ansprechende grafische Welten: [Die Industrie dringt in die von Jugendlichen frequentierten Räume vor und macht sich deren kulturelle Codes zu eigen](#), um sie weiterhin zu verführen.



Die Wahl des episodischen Formats ermöglichte es uns, ein umfangreiches und komplexes Thema auf zugängliche und dynamische Weise zu behandeln. Jeder Beitrag wurde [von einem Video](#) in unseren sozialen Netzwerken begleitet, in welchen eine Mutter zur Wort kommt, die entdeckt hatte, dass ihr 13-jähriger Sohn E-Zigaretten konsumierte. Dieser eindringliche Erfahrungsbericht ermöglichte es, unsere Analyse in einer konkreten Realität zu verankern und ein breiteres Publikum für die Herausforderungen des auf Jugendliche ausgerichteten Marketings zu sensibilisieren.

# Ein wachsendes Team

Dank des umfangreicheren Auftrags des Tabakpräventionsfonds im Rahmen der Initiative *Transparency and Truth* konnte das Team von OxySuisse neue Mitglieder aufnehmen und sich damit verdoppeln. Das motivierte und engagierte Team hat es geschafft, sich zu organisieren und zahlreiche Projekte zum Abschluss zu bringen, wobei es vielfältige Kompetenzen miteinander kombinierte.



**Michela Canevascini, PhD**

Als Geschäftsführerin von OxySuisse verbindet Michela Strategie, Forschung und institutionelle Steuerung. Mit einem Dokortitel in Anthropologie verfolgt sie aufmerksam die Verbindungen zwischen Universitäten und der Tabakindustrie. Mit Blick auf den wissenschaftlichen Ansatz der Prävention liebt sie es, Brücken zwischen Forschung, Politik und Praxis zu schlagen, während sie gleichzeitig eine wertvolle Verbindung zu ihrer Heimat, der italienischen Schweiz, pflegt.



**Tanja Heizmann**

Unser deutschschweizerischer Trumpf. Tanja verbindet den Pragmatismus einer Intensivpflegerin, ergänzt durch einen MSc in Global Health, mit der Sorgfalt der öffentlichen Verwaltung, in der sie insbesondere während der COVID-Krise tätig war. Als stellvertretende Direktorin bringt sie wertvolle Stärken in den Bereichen Strategie, Diplomatie und institutionelle Steuerung ein.



**Pascal Diethelm**

Als Gründer von OxySuisse und unermüdlicher Motor des Projekts unterhält Pascal zudem zahlreiche internationale Kontakte. Im juristischen Bereich, in dem er sich auszeichnet, lässt er nichts unversucht. Als Kenner der Tabakindustrie verbindet er strategischen Weitblick mit Entschlossenheit. Auch wenn der „echte“ Ruhestand näher rückt, wird sein Fachwissen dem Team zweifellos noch lange als Kompass dienen.



**Hugo Molineaux**

Hugo kennt die Tabakindustrie wie seine Westentasche: Er widmet sich ihr seit seiner Abschlussarbeit in Geschichte an der Universität Genf. Als hervorragender Projektmanager betreibt er eingehende Forschungen zur Tabakindustrie, koordiniert verschiedene Aktivitäten der Organisation, pflegt Kontakte zu internationalen Partnern und gestaltet unsere sozialen Netzwerke mit viel Kreativität.



**Sophie Lonchamp, PhD**

Als echte Aufspürerin für die Strategien der Tabakindustrie verbindet Sophie wissenschaftliche Genauigkeit mit dem Talent, komplexe Themen verständlich zu vermitteln. Mit einem Master der EPFL, einem Doktorat in Pharmakologie und einem Abschluss in Journalismus macht sie komplexe Themen zugänglich. Die Reihe *For adults only* trägt ihre Handschrift. Ihr ist es auch zu verdanken, dass Yumi, die liebenswerte schwarze Labradorhündin, zu einer treuen Begleiterin und zum Maskottchen des Teams geworden ist.



**Quentin Landolt**

Als echtes Multitalent des Teams kümmert sich Quentin sowohl um die Buchhaltung als auch um die Verwaltung, den Videoschnitt oder die sozialen Netzwerke. Immer zuverlässig und effizient behält er auch in den stressigsten Zeiten den Überblick. Da er parallel dazu als Musiker und Lehrer in der Musikwelt tätig ist, kann er leider nur einen Teil seiner Zeit OxySuisse widmen.

# Kommunikation und Sichtbarkeit

## Neue Website von OxySuisse

Im Jahr 2025 hat die Website von OxySuisse ein neues Gesicht erhalten: Eine neue Plattform, die in drei Sprachen verfügbar ist, präsentiert den Verein, seine Aktivitäten und seine wichtigsten Publikationen.



## Neue Website von *Transparency and Truth*

Im Juli 2025 haben wir eine neue Website in vier Sprachen gestartet, die eine moderne und aktuelle Darstellung der Inhalte von *Transparency and Truth*, der Partner und der Neuigkeiten zur Tabakindustrie bietet.



## Soziale Netzwerke

Um ein breiteres Publikum zu erreichen, hat OxySuisse im Frühjahr 2025 die [Instagram-](#) und [LinkedIn-Konten](#) von *Transparency and Truth* gestartet. Die Community wächst stetig, und dank der nun intern produzierten Inhalte können wir unsere Analysen und Publikationen in den sozialen Netzwerken verbreiten.

## Newsletter

Um unsere Partner über unsere Neuigkeiten zu informieren, haben wir einen Newsletter in vier Sprachen konzipiert, der erstmals im November 2025 versendet wurde. Er soll vierteljährlich erscheinen.

## Medien

Um unsere Botschaften in der Gesellschaft zu verbreiten, verfolgt das Team einen proaktiven Ansatz und schlägt Journalisten regelmäßig Themen vor. Obwohl es in diesem Jahr weniger „große Themendossiers“ gab als 2024, konnten mehrere bedeutende Medienberichte erzielt werden:

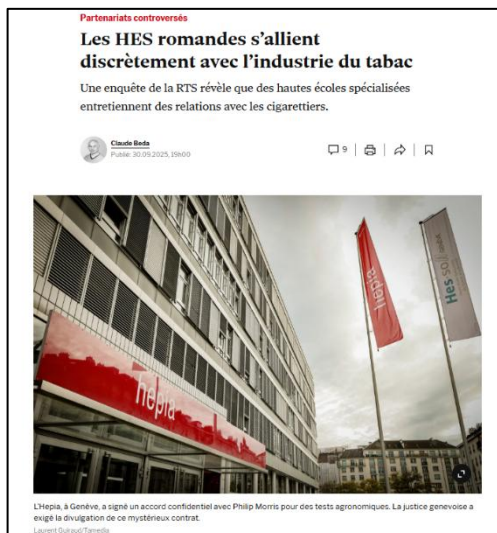
### [Geheime Kooperationen zwischen Fachhochschulen der Westschweiz und der Tabakindustrie](#)

RTS Info, 30.09.2025



### [Die Fachhochschulen der Romandie verbünden sich heimlich mit der Tabakindustrie](#)

24heures, 30.09.2025



### [Die Anwesenheit von Philip Morris beim EPFL-Forum sorgt für Reaktionen](#)

24heures, 07.10.2025

### [Die Frage der Tabakwerbung spielt beim Umzug des Caprices Festivals eine Rolle](#)

RTS Info, 01.12.2025

### [Der Gast - Pascal Diethelm, Gründer von OxySuisse](#)

RTS Première, 07.12.2025



**Abbildung 1:** Pascal Diethelm, Gast in der Sendung «Les beaux parleurs» von RTS Première am 7. Dezember 2025

### [Freie Werbung um jeden Preis?](#)

Le Courrier, 17.10.2025

### [Viel mehr als nur ein Weihnachtsgeschenk](#)

Horizons, 04.12.2025

# Ein starkes Netzwerk in der Schweiz und international

Im Jahr 2025 hat OxySuisse seine Kooperationen in der Schweiz und international ausgebaut. Diese Partnerschaften sind von entscheidender Bedeutung: Sie ermöglichen es uns, die Reichweite unserer Arbeit zu vergrössern, bewährte Praktiken auszutauschen und die Glaubwürdigkeit der in der Schweiz zum Schutz der öffentlichen Gesundheit ergriffenen Massnahmen zu stärken. Sie zielen zudem darauf ab, die Aneignung unserer Analysen und Inhalte durch unsere Partner zu fördern, um gemeinsam auf die Denormalisierung der Tabakindustrie hinzuarbeiten.

## Stärkung der Verbindungen über den Röstigraben hinaus

Im Laufe des Jahres 2025 haben wir unseren Austausch mit nationalen, regionalen und kantonalen Akteuren, die sich für die Tabakprävention engagieren, intensiviert. Ab dem Sommer konnten wir dank einer gezielten Strategie diese Kontakte auf alle Kantone ausweiten. Das Ziel war vielschichtig: Akteure vor Ort zu treffen, ihnen die Aktivitäten von *Transparency and Truth* vorzustellen, ihre eigenen Massnahmen besser zu verstehen und Möglichkeiten der Zusammenarbeit auszuloten.

Diese Dynamik ermöglichte es *Transparency and Truth* insbesondere in der Deutschschweiz bekannter zu werden und mehrere konkrete Kooperationen zu initiieren. Sie lieferte uns zudem wertvolles Feedback zu unserer Arbeit und trug dazu bei, unseren Ansatz zu verfeinern.

Im Juni versammelte das Treffen der Begleitgruppe rund zwanzig Partner zu einem Austausch über die Aktivitäten von *Transparency and Truth* und deren zukünftige Ausrichtung. Dieser Moment stellte einen wichtigen Schritt des Dialogs und der kritischen Reflexion dar: Er machte insbesondere deutlich, dass die Ziele und Aktivitäten von *Transparency and Truth* noch nicht immer gut bekannt sind und auch nicht von allen Akteuren vollständig verstanden oder geteilt werden.

## Solide nationale Kooperationen

Das ganze Jahr über haben wir daher mit mehreren Schweizer Organisationen zusammengearbeitet, die im Bereich der Tabakprävention tätig sind. Hier einige Beispiele:

Anlässlich des [Weltnichtrauchertags](#) (31. Mai 2025) arbeitete OxySuisse auf Initiative des Tabakpräventionsfonds (TPF) mit der Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention Schweiz (AT) zusammen, um das Thema [der neutralen Verpackung](#) in den Vordergrund zu rücken. Wir haben ein detailliertes Informationsblatt erstellt und Beispiele für neutrale Verpackungen aus sechs europäischen Ländern zusammengestellt. Die AT Schweiz hat in Zusammenarbeit mit der Agentur Feinheit Bildmaterial für eine nationale Minikampagne entwickelt. Gemeinsam haben wir eine Pressemitteilung verfasst, die von mehreren Partnerorganisationen wie der Krebsliga, der Lungenliga und Sucht Schweiz mitunterzeichnet wurde. Diese gemeinsame

Aktion hat dazu beigetragen, die Medien zu sensibilisieren und dieser Massnahme im Bereich der öffentlichen Gesundheit mehr Sichtbarkeit zu verschaffen.



Abbildung 2: Mit der AT Schweiz anlässlich des Weltnichtrauchertags 2025 entwickeltes Bildmaterial

Im Rahmen **des jährlichen Vernetzungstreffens der Fachleute für Tabakprävention des Kantons Zürich** haben wir einen Workshop zur Rhetorik der Tabakindustrie geleitet. Unser Workshop bot konkrete Instrumente zur Analyse dieser Argumentationsstrategien und zur Entwicklung klarer, prägnanter und wissenschaftlich fundierter Gegenargumente.



Abbildung 3: LinkedIn-Beitrag von Prävention und Gesundheitsförderung Kanton Zürich anlässlich des von OxySuisse organisierten Workshops zur Rhetorik.

## Aktive Präsenz auf internationaler Ebene

Das Team von OxySuisse ist zudem gut in das internationale Netzwerk zur Tabakbekämpfung eingebunden. Im Juni 2025 nahmen wir an der [«World Conference on Tobacco Control» \(WCTC\) in Dublin](#) teil, wo drei Poster zu den Themen LGBTIQ+, Sponsoring und Hochschulen präsentiert wurden.

Im Oktober nahmen wir an der [«European Conference on Tobacco Control» in Belgrad](#) teil, die vom ENSP (European Network for Smoking and Tobacco Prevention) organisiert wurde und dessen Mitglied wir sind. Bei dieser Gelegenheit hielten wir zwei Vorträge, die sich jeweils mit den Herausforderungen der Tabakbesteuerung und dem Konzept der «Risikominderung» befassten.

Wir haben im November 2025 auch an der COP11 des WHO-Rahmenübereinkommens zur Eindämmung des Tabakkonsums (FCTC) teilgenommen und dabei unsere Beziehungen zu internationalen Partnern gestärkt. Bei dieser Gelegenheit lancierte OxySuisse eine [«Death Clock»](#), die die Zahl der durch Tabakkonsum verursachten Todesfälle seit 1999 anzeigt. Die Enthüllung erfolgte in Anwesenheit des COP11-Vorsitzes, der Global Alliance for Tobacco Control und junger internationaler Aktivisten. OxySuisse hat zudem bei den Schweizer Behörden den Place des Nations für den 16. und 17. November reserviert. Dieser Platz ermöglichte es mehreren internationalen Organisationen, dort eine Demonstration zu organisieren, nennenswert ist dabei eine Installation eines riesigen Tintenfischs, der die Tabakindustrie symbolisiert.



**Abbildung 4:** Enthüllung der Death Clock durch Leslie Rae Ferrat, Geschäftsführerin der Global Alliance for Tobacco Control (GATC), und Pascal Diethelm, Präsident von OxySuisse, 17.11.2025. © Copyright World Health Organization (WHO), 2025.

Im Dezember organisierten wir ein [internationales Webinar](#) zum Thema Jugendliche als Ziel des Tabakmarketings. An der Veranstaltung nahmen fast 90 Teilnehmer aus aller Welt sowie aus der ganzen Schweiz teil, wobei alle Regionen vertreten waren. Diese starke nationale und internationale Beteiligung zeugt vom wachsenden Interesse an diesem Thema. Auf dem [Programm](#) standen Vorträge von Experten, die sich im Kampf gegen das Rauchen engagieren, zu Schlüsselthemen wie den Marketingstrategien der Industrie, der gezielten

Ansprache über soziale Netzwerke, Techniken zur Zielgruppensegmentierung sowie konkreten Beispielen für Präventionsprojekte. Der Austausch ermöglichte es zudem, wesentliche Hebel zur Steigerung der Wirksamkeit von Präventionsmassnahmen aufzuzeigen.

# Unsere Perspektiven für 2026

Das erste Halbjahr 2026 verspricht für OxySuisse besonders ereignisreich zu werden. Bis Juli 2026 werden mehrere wichtige Berichte veröffentlicht, insbesondere zu folgenden Themen:

- Die Beziehungen zwischen Universitäten und der Tabakindustrie;
- Die Rhetorik der Tabakindustrie;
- Neue Tabakprodukte und der Diskurs der „Risikominderung“;
- Die tatsächlichen wirtschaftlichen Auswirkungen der Tabakindustrie.

Wir werden zudem unsere Reihe zum Thema der gezielten Ansprache von Jugendlichen durch die Tabakindustrie fortsetzen und unsere Präsenz in der Deutschschweiz verstärken, um unser Publikum zu erweitern und die Wirkung unserer Arbeit auf nationaler Ebene zu steigern.

Parallel dazu werden wir in Zusammenarbeit mit dem Fonds zur Tabakprävention strategische Massnahmen ergreifen, um die Fortsetzung des Mandats *Transparency and Truth* vorzubereiten und die Rolle von OxySuisse als nationale Referenz bei der Analyse und Aufdeckung der Einflussstrategien der Tabakindustrie zu festigen.

Unser Ziel bleibt klar: **Wir wollen zu einer besser informierten, transparenteren und widerstandsfähigeren Schweiz beitragen, die den Einflussstrategien der Tabakindustrie standhält**, in den Diensten der öffentlichen Gesundheit und des Schutzes der jungen Generationen.

# Finanzbericht / Bilanz per 31.12.2025

Vermögenswert	2025	2024
	CHF	CHF
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel	472'421.19	396'778.35
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	19'086.90	0,00
<b>Umlaufvermögen insgesamt</b>	<b>491'508.09</b>	<b>396'778.35</b>
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>491'508.09</b>	<b>396'778.35</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		
Gläubiger, Lieferanten	69 286,95	7 709,55
Löhne	10 403,30	10 403,30
Mehrwertsteuer	22 843,00	34 132,88
Kundenanzahlungen	337 453,43	278 969,45
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	5 000.00	10 500.00
<b>Kurzfristiges Fremdkapital insgesamt</b>	<b>444 986,68</b>	<b>341 715.18</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Vereinskapital	55 063,17	11 290,65
Bilanzergebnis	-8 541,76	43 772,52
<b>Eigenkapital insgesamt</b>	<b>46 521,41</b>	<b>55 063,17</b>
<b>Gesamtverbindlichkeiten</b>	<b>491 508,09</b>	<b>396 778,35</b>
<b>GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>
<b>Betriebserträge</b>		
Umsatz	611 516,02	414 653,00
<b>Gesamtbetriebserträge</b>	<b>611 516,02</b>	<b>414 653,00</b>
<b>Betriebskosten</b>		
Direkte Kosten	70 802,25	68 557,25
Sitzungsentschädigungen Task Force	1 706,00	948,60
Löhne und Sozialabgaben	463 793,82	263 523,64
Miete	13 946,10	2 400,00
Honorare	4 260,00	6 127,65
Verwaltungskosten	46 847,63	12 240,18
Kosten Vorstand – Generalversammlung	383,25	712,25
Kosten für Kampagnen	1 262,00	1 989,20
Kosten für Kongresse, Schulungen und Reisen	17 144,93	7 324,75
<b>Gesamtbetriebskosten</b>	<b>620 145,98</b>	<b>363 823,52</b>
Betriebsverlust (Betriebsgewinn)	-8 629,96	50 829,48
<b>Nicht betriebliche Erträge und Kosten</b>		
Außerordentliche Erträge	1 000.00	0,00
Finanzergebnis	-120,95	-56,66
Steuern und Abgaben	-790,85	-7 000,30
<b>Summe der nicht betrieblichen Erträge und Kosten</b>	<b>88,20</b>	<b>-7 056,96</b>
<b>Verlust (Gewinn) des Geschäftsjahres</b>	<b>-8 541,76</b>	<b>43 772,52</b>

# Danksagung

Der Verein OxySuisse möchte allen Personen und Institutionen, die im vergangenen Jahr direkt oder indirekt zur Durchführung seiner Aktivitäten beigetragen haben, seinen aufrichtigen Dank aussprechen.

Unser Dank gilt zunächst den Mitgliedern unseres Vorstands für ihr unermüdliches Engagement und ihre wertvolle Unterstützung: Pascal Diethelm, Präsident; Jean-Paul Humair, Vizepräsident; Werner Bill, Gründungsmitglied und Schatzmeister; Ode Billard, Sekretärin; sowie Luc Lebon.

Wir bedanken uns ebenfalls herzlich bei den Mitgliedern der Task Force und der Begleitgruppe des Projekts *Transparency and Truth* für ihre fundierten Leitlinien und ihre wertvollen Ratschläge.

Unser Dank gilt auch all unseren Partnern in der Schweiz und im Ausland, den Kantonen, NGOs und Verbänden, deren Zusammenarbeit, Austausch und Fachwissen dazu beitragen, unsere Arbeit zu stärken und zu bereichern.

Schliesslich möchten wir dem **Tabakpräventionsfonds** unseren tiefen Dank aussprechen für das Vertrauen, das er unserem Verein entgegenbringt, für seine beständige Unterstützung unserer Aktivitäten sowie für die Finanzierung des Projekts *Transparency and Truth*, welches die Entwicklung und Umsetzung unserer Massnahmen ermöglicht.



OxySuisse  
Enning-Strasse 4  
CH-1003 Lausanne  
[info@oxysuisse.ch](mailto:info@oxysuisse.ch)



[www.oxysuisse.ch](http://www.oxysuisse.ch)



[www.transparencyandtruth.ch](http://www.transparencyandtruth.ch)