

Programmierte Verführung

Transparency and Truth – Wie die Tabakindustrie KI nutzt, um Jugendliche anzusprechen, und welche neuen Herausforderungen sich daraus für die Prävention ergeben

INHALT

- Digitale Lebenswelten von Jugendlichen in der Schweiz:
JAMESfocus – Künstliche Intelligenz im Alltag von Jugendlichen, ZHAW
- Wie die Tabakindustrie KI nutzt
- Zentrale Herausforderungen für die Prävention
- Wie kann die Prävention KI nutzen?
- Take Home Message



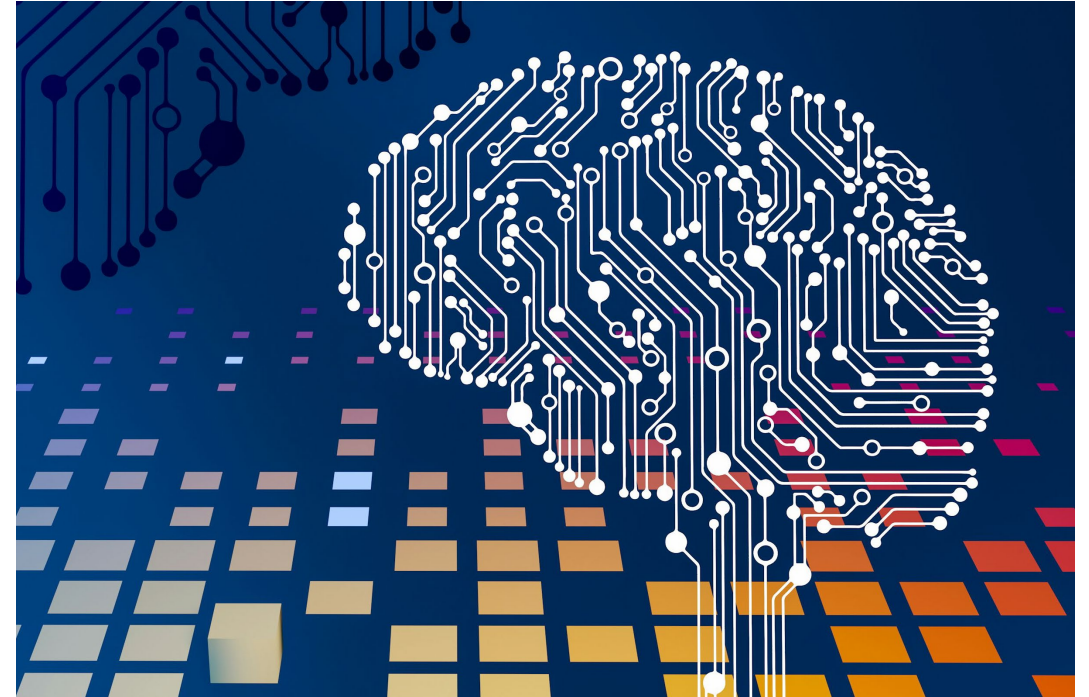
WAS IST KÜNSTLICHE INTELLIGENZ?

Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet Computersysteme, die Aufgaben ausführen können, für die normalerweise menschliche Intelligenz nötig ist.

KI nutzt:

- **Algorithmen:** Schritt-für-Schritt-Anweisungen, nach denen ein Computer arbeitet
- **Modelle:** trainierte Systeme, die Muster erkennen und Vorhersagen machen können
- **Machine Learning (maschinelles Lernen):** eine Methode, bei der Computer aus grossen Datenmengen lernen, statt nur festen Regeln zu folgen

Je mehr Daten und Training ein KI-Modell erhält, desto besser kann es Zusammenhänge erkennen und Aufgaben lösen.



DIGITALE LEBENSWELTEN VON JUGENDLICHEN IN DER SCHWEIZ

JAMESfocus – Künstliche Intelligenz im Alltag von Jugendlichen, ZHAW



Ausgangslage

Nutzung von KI-Tools bei Jugendlichen

- Befragung 2024 in der Schweiz: 71% haben KI mindestens einmal genutzt und 46% nutzen KI mindestens alle 14 Tage
- Nutzung:
 - **Bildungsbereich** (personalisierten Lernhilfen, Tutorien und Sprachlern-Apps)
 - **Unterhaltungssektor** (massgeschneiderte Empfehlungssysteme und non-player characters in Videospielen)
 - **soziale Medien** (Inhaltsfilterung und Chatbots)

Wissen über KI

- 40% der 16- bis 29-Jährige in der Schweiz gaben 2024 an, nur wenig über KI zu wissen

Ziel der Studie

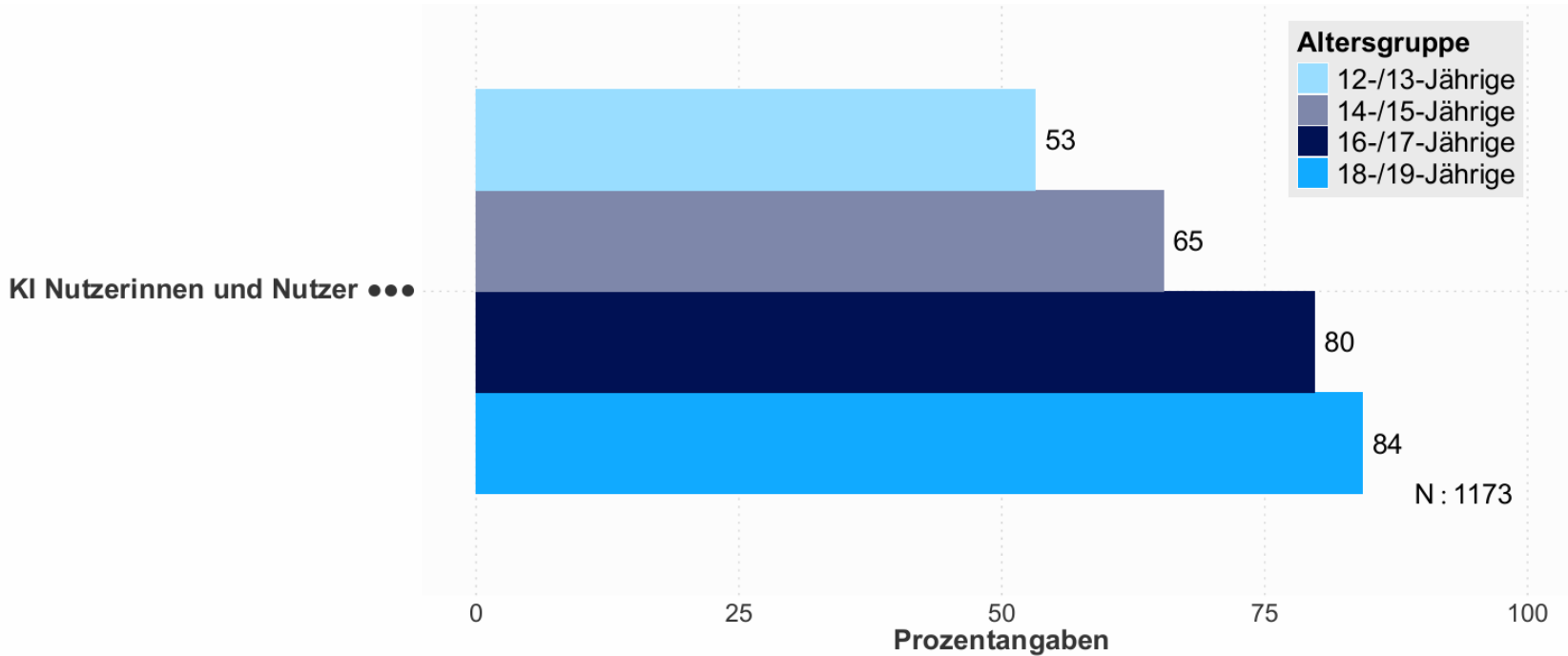
Motivation: keine repräsentativen Daten zur Nutzung von KI-Anwendungen und zur Einstellung gegenüber KI von Jugendlichen in der Schweiz

Sammlung von repräsentativen Daten über KI-Nutzung von Jugendlichen

- Wie verbreitet ist die Nutzung von KI?
- Welche spezifischen Tools werden genutzt?
- Wie ist die Einstellung der Jugendlichen bezüglich KI?



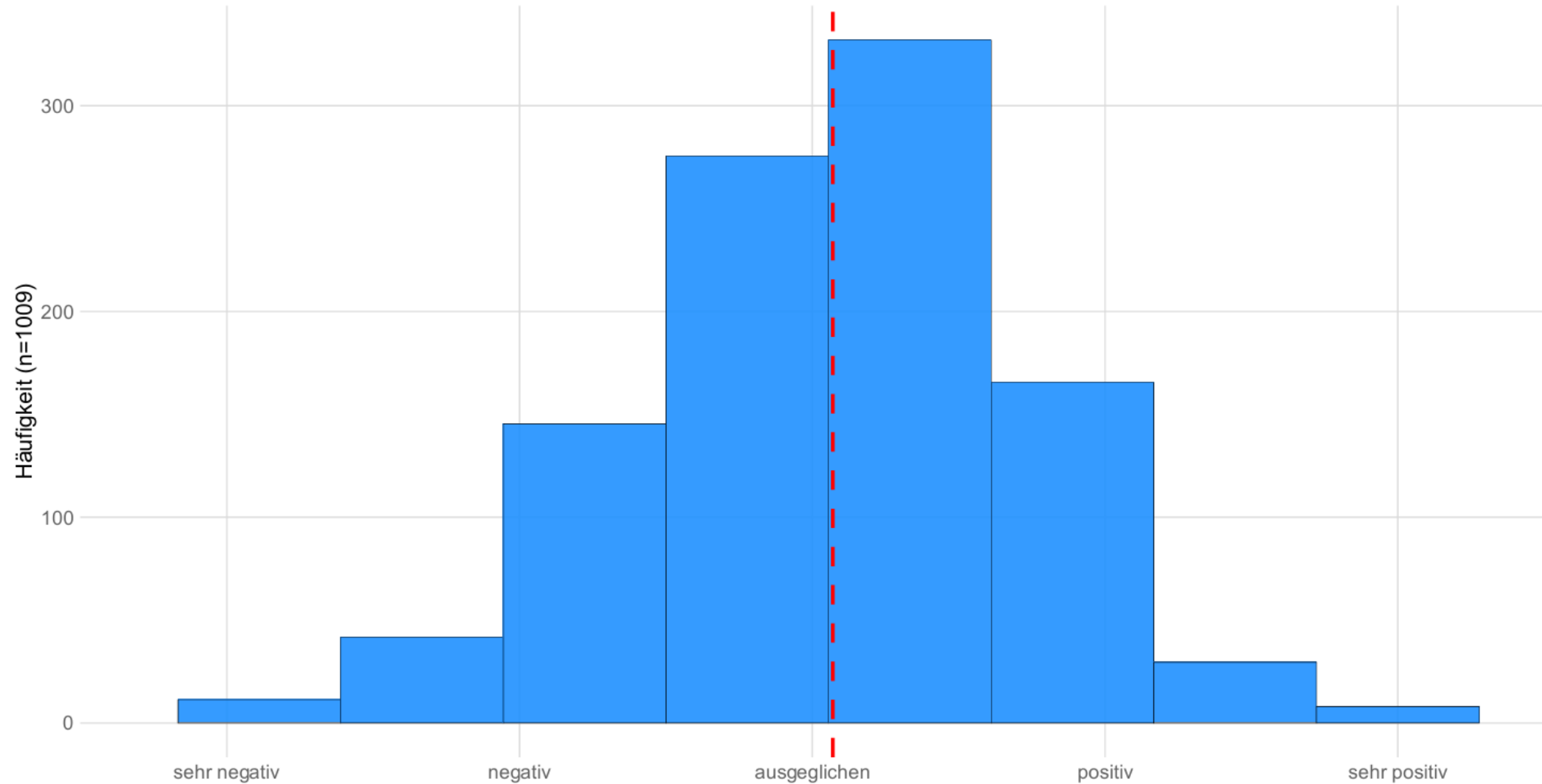
Fragestellung A: wie verbreitet ist unter Jugendlichen in der Schweiz die Nutzung von KI-Technologien und welche Tools und Anwendungen nutzen sie?



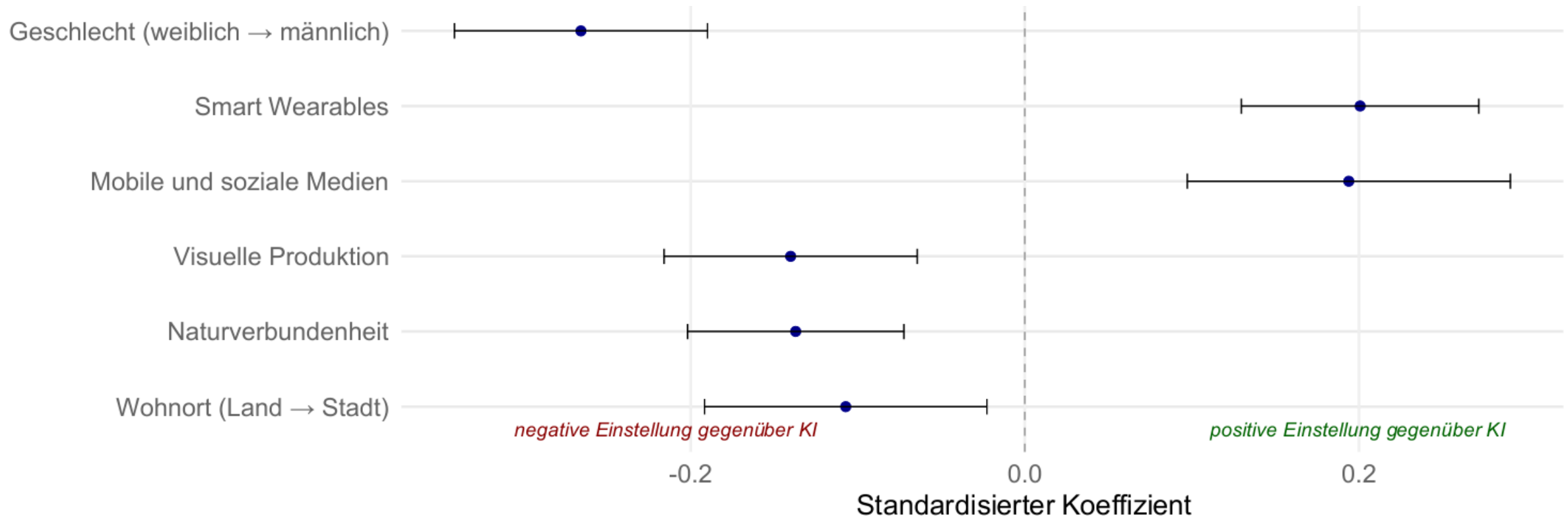
© 2025 ZHAW Medienpsychologie



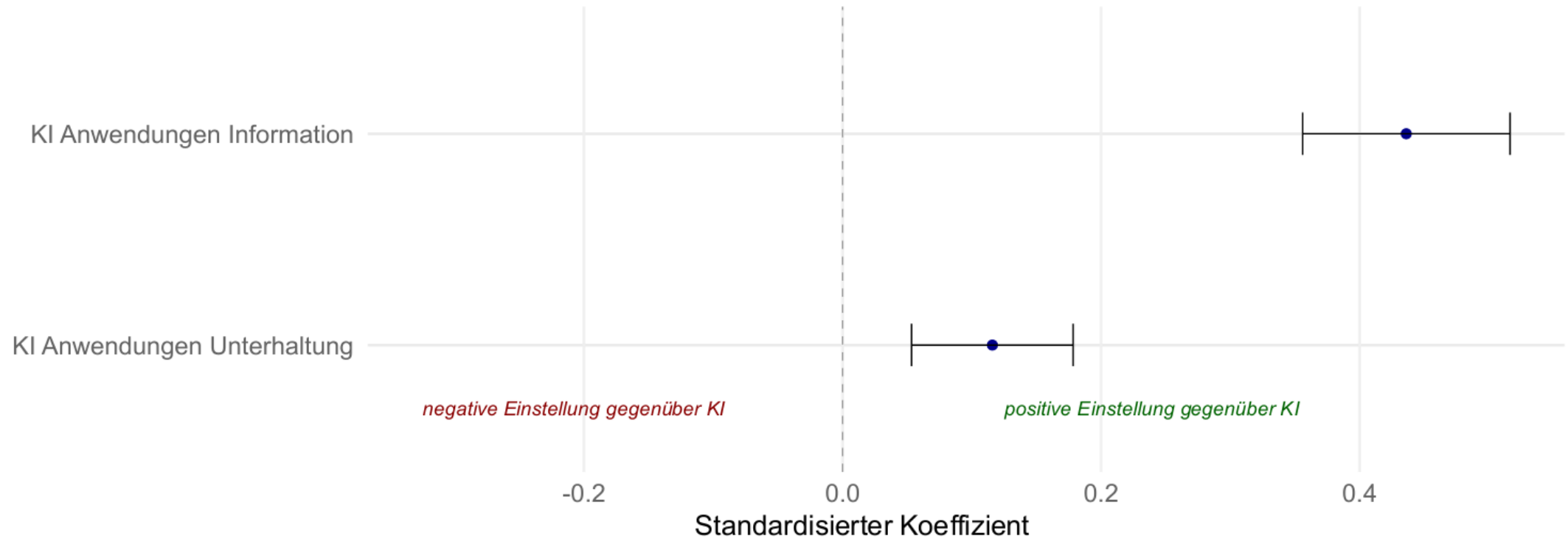
Fragestellung B: wie ist die **Einstellung** der Jugendlichen gegenüber KI?



Fragestellung C: Einstellung zu KI im Zusammenhang mit **Freizeitbeschäftigungen** (medial/nonmedial) und **soziodemografischen Merkmalen**



Fragestellung D: Zusammenhang zwischen **Einstellung** zu KI und **KI-Nutzung**



ZUSAMMENFASSUNG & DISKUSSION

- 2025 nach wie vor Hype-Phase von KI:
 - rasend schnelle Entwicklungen in KI-Technologien
- Breite Nutzung der Tools im Alltag, trotz Fehlen von differenziertem Verständnis (sowohl bei Jugendlichen als auch Erwachsenen)
- KI-Kompetenz ist wichtiger Teil der Medienkompetenz (Eltern, Schulen in Verantwortung)
 - neue medienpädagogische Angebote und didaktische Ideen



JUGENDLICHE NUTZEN KI, OFT OHNE IHRE GRENZEN UND RISIKEN ZU KENNEN

Wichtige Punkte:

- Kritische Bewertung von KI-generierten Informationen
- Erkennen von Fehlinformationen und frei erfundenen Inhalten
- Schutz der Privatsphäre und persönlicher Daten
- Verständnis von algorithmischen Verzerrungen und Beeinflussung
- Reflexion über die Auswirkungen von KI auf Lernen, Meinungsbildung und Wohlbefinden



Wichtige Fragen:

- Welche Kompetenzen benötigen Jugendliche für einen verantwortungsvollen Umgang mit KI?
- Wie können Fachpersonen die Chancen von KI nutzen und gleichzeitig Risiken thematisieren?



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

AUSSAGE VON PMI

- “
- Content-Erstellung, -Anpassung und -Zusammenfassung;
 - Content-Erkennung und Wissensmanagement;
 - KI-Assistenten und interaktive Chatbots;
 - Ideenfindung, Erkenntnisse und Innovation;
 - Digitale Personas.

Wir sind davon überzeugt, dass dies alles Bereiche sind, in denen KI das Wachstum vorantreiben, das Wissen erweitern und die Produktivität bei PMI steigern könnte.

”



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

ANWENDUNGSBEREICHE DER KI

- **Datenerhebung ***
- **Datenanalyse ***
- Personalisierung der Werbung
- **Zielgruppenansprache ***
- Automatisierte Werbung
- Erstellung von Inhalten
- Predictive Analytics
- Chatbots und direkte Kommunikation



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

DATENERHEBUNG

1. Anhand der Produkte

Die Geräte (E-Zigaretten, Tabakheizgeräte) können folgende Daten erfassen:

- Häufigkeit und Zeitpunkte der Nutzung
- Anzahl der Züge
- Tagesgewohnheiten
- Daten über mobile Apps

→ Erstellung sehr präziser Nutzerprofile

L'Iqos collecte les données de ses utilisateurs

Grâce à des micro-puces placées dans son dispositif de tabac chauffé, Philip Morris a accès aux habitudes de consommation de ses clients, confirme une étude menée à l'Université Stanford. Une pratique qui révolte les milieux de la prévention



Un homme utilise une Iqos de Philip Morris à Tokyo, le 12 mai 2017. — © REUTERS/Issel Kato

Quelle: <https://www.letemps.ch/economie/liqos-collecte-donnees-utilisateurs>

Mit dem Internet verbundene Produkte = wertvolle Verhaltensdaten für die Industrie



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

DATENERHEBUNG

2. Anhand der sozialen Netzwerke

- **Identifizierung von Trends**
- **Bewertung der Kundenmeinung** zu Produkten und Dienstleistungen
- **Bewertung der Resonanz** auf Unternehmenskommunikation
- **Identifizierung von Funktionen** mit hohem Mehrwert eines Produkts oder einer Dienstleistung
- **Ermittlung von Aussagen der Konkurrenz**



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

DATENANALYSE

KI ermöglicht es:

- riesige Datenmengen zu analysieren
- sie zu klassifizieren
- sie auszuwerten, um:
 - Trends zu erkennen
 - Verhaltensweisen vorherzusagen
 - strategische Entscheidungen zu optimieren

Ein noch nie dagewesenes Ausmass !

Leistungsfähigere Modelle, um (zukünftige) Verbraucher immer gezielter anzusprechen



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

ZIELGRUPPENANSPRACHE

Ein tieferes Verstehen der Kunden

- Analyse großer Datenmengen
- Erkennung verborgener Trends
- Deutlich präzisere Segmentierung

Personalisierung in grossem Stil

- Individuell auf jeden Kunden zugeschnittene Inhalte
- Personalisierung in Echtzeit
- Gleichzeitige Ansprache von Millionen von Kunden

Quellen:

<https://www.progress.com/blogs/how-ai-transforming-customer-segmentation>

<https://www.copy.ai/blog/targeting-customers>



Vorausschauende Funktionen

- Prognostiziert zukünftige Verhaltensweisen und Bedürfnisse
- Ermittelt Kunden, die am ehesten interessiert sein könnten
- Beugt der Kundenabwanderung vor



WIE DIE TABAKINDUSTRIE KI NUTZT

KONSUM DURCH MANIPULATION

Vernetzte Geräte + Big Data + KI = Ein reales, wenn auch nicht nachgewiesenes Risiko

Eine vernetzte E-Zigarette könnte:

- die Konsumgewohnheiten eines Nutzers in Echtzeit analysieren
- die Erhitzung oder die Zusammensetzung des Aerosols subtil anpassen
- um ein genaues Mass an Nikotinbefriedigung **aufrechterhalten**
- und so das Nutzererlebnis **optimieren**, um vom Rauchstopp abzuhalten.

→ Aufrechterhaltung einer hyper-personalisierten Abhängigkeit

→ Ethische Risiken ?

Quelle: <https://www.klover.ai/philip-morris-international-ai-strategy-dominance-in-tobacco-industry/>



ZENTRALE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE PRÄVENTION



ZENTRALE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE PRÄVENTION

“ *Trotz neuer, aufkommender Vorschriften sind unabhängige Forscher nach wie vor mit erheblichen Hindernissen konfrontiert, wenn es darum geht, Zugang zu grundlegenden Social-Media-Daten zu erhalten [...].*

Wenn man jedoch ein gewinnorientiertes Unternehmen ist, das Social Media analysieren möchte, steht einem ein boomender Markt von über 100 Millionen Dollar offen, auf dem genau diese Daten mit nur sehr wenigen Einschränkungen frei gehandelt werden.

”



ZENTRALE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE PRÄVENTION

Verschiedene Reaktionszeiten

- KI erkennt neue Trends sofort, während Präventionskampagnen oft erst verspätet lanciert werden.

Werbung wird unsichtbar

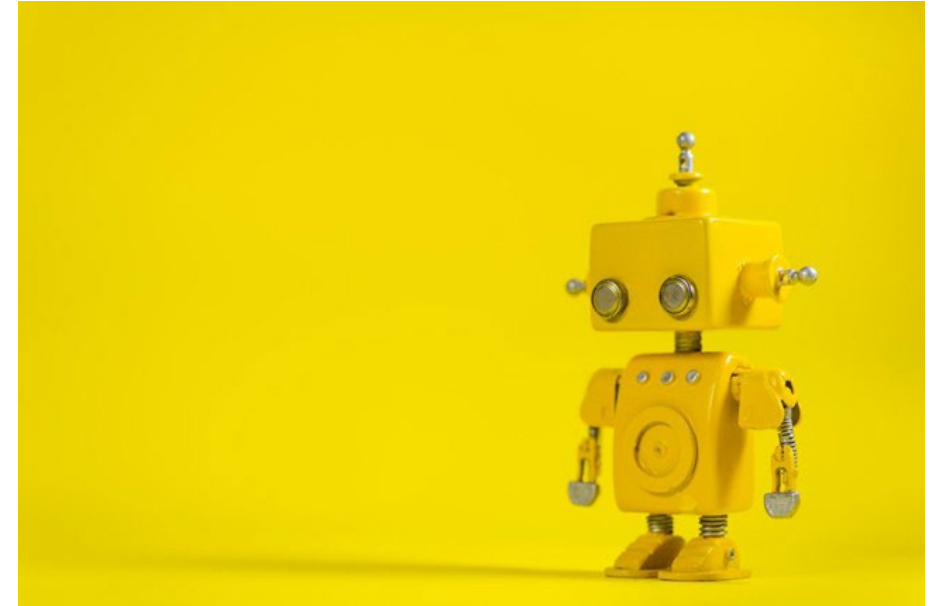
- Influencer vermischen Werbung und Content: Werbung ist nicht immer als solche erkennbar.

Datenasymmetrie

- Unternehmen haben riesige Datenmengen, Prävention und Forschung kaum Zugang zu relevanten Plattformdaten.

Intransparenz der KI-Systeme

- KI bleibt eine „Black Box“: Niemand weiss genau, warum bestimmte Inhalte angezeigt werden.



WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN?



WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN?

- **Überwachung des Marketings** der Industrie in Echtzeit
- **Risikoprognose** (Einstieg, Rückfall, gefährdete Bevölkerungsgruppen)
- Gezielte und proaktive **Prävention**
- **Individuelle Unterstützung bei der Entwöhnung**
- **Präventionskampagnen**: Entwicklung innovativer Kampagnen (Grafiken, Texte, Apps, Spiele...)

- Von einer allgemeinen Prävention zu einer gezielten und proaktiven Prävention übergehen
- Risiken eingehen, kreativ sein



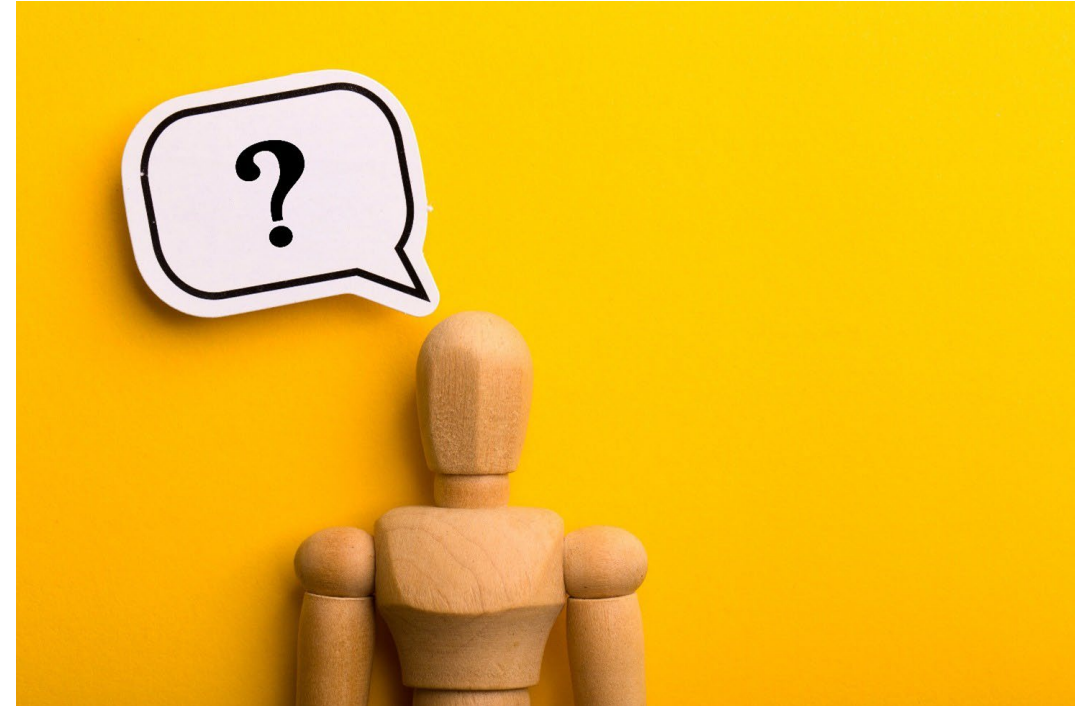
WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN?

GEZIELTE PRÄVENTION

KI-Algorithmen ermöglichen die Analyse großer Datenmengen, um:

- Verhaltensmuster zu identifizieren, die mit dem Tabakkonsum zusammenhängen
- Risikopersonen zu erkennen (Einstieg oder Rückfall)
- Eine individuelle Betreuung anzubieten

Verwendete Daten: soziale Netzwerke, Krankenakten, Verbraucherprofile usw.



WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN ?

GEZIELTE PRÄVENTION - BEISPIELE



1. Analyse sozialer Netzwerke¹

- Trends und Einstellungen zum Tabakkonsum bei Jugendlichen erkennen
- Kampagnen anpassen, um den Einfluss von Tabakwerbung entgegenzuwirken

Quellen:

¹ Lucherini M, Espinoza F, Beltran L, Duthie J, Ghetia M. Identifying social media patterns of smoking behavior in young adults using unsupervised machine learning: Observational study. *JMIR Public Health Surveill.* 2020;6:e14011.

² Bricker JB, Mull KE, Kientz JA, Vilardaga R, Mercer LD, Akioka KJ, et al. Randomized, controlled pilot trial of a smartphone app for smoking cessation using acceptance and commitment therapy. *Drug Alcohol Dependence.* 2019;202:24–31. doi: 10.1016/j.drugalcdep.2014.07.006.



2. Personalisierte mobile Apps²

- Unterstützung bei der Entwöhnung über das Smartphone
- Auf jeden Nutzer zugeschnittene Beratung und Betreuung



WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN ?

UNTERSTÜTZUNG ZUM RAUCHSTOPP

KI-gestützte Chatbots oder virtuelle Coaches können:

- **Personalisierte Empfehlungen** für Strategien zur Raucherentwöhnung erstellen, beispielsweise zu medikamentösen Optionen, verhaltenstherapeutischen Programmen oder Änderungen des Lebensstils.
- **automatisierte Nachrichten, Erinnerungen und motivierende Aufforderungen** versenden, um die Einhaltung der Ziele zur Raucherentwöhnung zu fördern



Quellen:
<https://www.scidev.net/global/news/ai-the-new-frontier-for-global-tobacco-control/>
Bhandari S, Yemineni BC, Vadapalli K, Kundu H, Arya A, Laddha R. Leveraging Artificial Intelligence for Effective Campaigns against Smoking. *J Pharm Bioallied Sci.* 2024 Dec;16(Suppl 4):S3053-S3055. doi: 10.4103/jpbs.jpbs_1359_24.



WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN? UNTERSTÜTZUNG ZUM RAUCHSTOPP

“

Durch die Kombination von Maschine Learning mit der Theorie der Verhaltensänderung haben wir eine Maßnahme entwickelt, die jedem Nutzer in Echtzeit auf den jeweiligen Stand seines Entwöhnungsprozesses sowie auf seine Vorlieben und Bedürfnisse zugeschnittene Botschaften zur Rauchentwöhnung liefert.

”



Quelle: Bhandari S, Yemineni BC, Vadapalli K, Kundu H, Arya A, Laddha R. Leveraging Artificial Intelligence for Effective Campaigns against Smoking. J Pharm Bioallied Sci. 2024 Dec;16(Suppl 4):S3053-S3055. doi: 10.4103/jpbs.jpbs_1359_24.



WIE KANN DIE PRÄVENTION KI NUTZEN ?

BEOBACHTUNG DER INDUSTRIE

- KI kann zur **Überwachung** politischer Massnahmen und zur **Kontrolle** der Einhaltung von Vorschriften eingesetzt werden

Dies kann erfolgen durch:

- die Bewertung des Einflusses der Medienberichterstattung auf die Unterstützung politischer Massnahmen
- die Automatisierung der Überwachung von Tabakvorschriften oder der Auswirkungen politischer Massnahmen
- die Bewertung der Einhaltung visueller Warnhinweise auf Plattformebene



KI IN DER PRÄVENTIONSARBEIT

KINDER UND JUGENDLICHE SENSIBILISIEREN

Shift von Information zu Aufdeckung: so wird manipuliert (sichtbarmachen des Unsichtbaren)

Fokus auf Medienkompetenz: Jugendliche lernen Werbung zu erkennen und Algorithmen zu verstehen



TAKE HOME MESSAGE



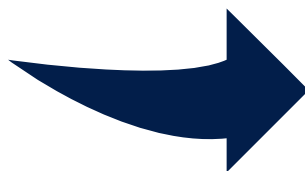
TAKE HOME MESSAGE

- Es ist noch nicht ganz klar, wie die Tabakindustrie KI einsetzt und was sie in Zukunft tun wird. **Wir sollten daher wachsam bleiben.**
- Es ist wichtig, die Aktivitäten der Industrie **im Auge zu behalten**, um rechtzeitig handeln zu können und zu verhindern, dass sie mit unseren Daten nach Belieben umgeht.
- **Regulatorische Schutzmaßnahmen sind erforderlich**, um sicherzustellen, dass KI dem öffentlichen Interesse dient und nicht den Geschäftsstrategien der Tabakindustrie. Technologien sollten nicht dazu genutzt werden, die Sucht zu verstärken oder die am stärksten gefährdeten Personen gezielt anzusprechen.



TAKE HOME MESSAGE

Unsere Infografik



Wie die Tabakindustrie künstliche Intelligenz nutzt

Mit künstlicher Intelligenz (KI) setzt die Industrie zunehmend auf personalisierte und prädiktive Strategien der Verhaltensbeeinflussung, um junge Menschen besser zu erreichen und Konsument:innen langfristig an ihre Produkte zu binden.

Datenerhebung Daten aus Produkten, Apps und sozialen Medien sammeln	Datenanalyse Trends erkennen, Konsumverhalten vorhersagen, Entscheidungen optimieren
Personalisierung Werbung nach Interessen, Klicks und Standort anpassen	Manipulation des Konsums Produkte können Nikotinwirkung gezielt anpassen, um Abhängigkeit zu fördern
Automatisierte Werbung Optimale Anzeigen für mehr Klicks und Käufe erstellen	Content-Erstellung Texte, Bilder und Videos in grosser Menge mit KI generieren
Predictive Analytics Vorhersagen, wer konsumieren will	Zielgruppen-Targeting Bestimmte Gruppen gezielt ansprechen

Wie die Prävention künstliche Intelligenz nutzen kann

Für Akteur:innen der öffentlichen Gesundheit, bietet KI neue Möglichkeiten zur Stärkung von Prävention, Surveillance und Entwöhnungsangeboten. Voraussetzung dafür ist ein ethischer, transparenter und industrieunabhängiger Einsatz.

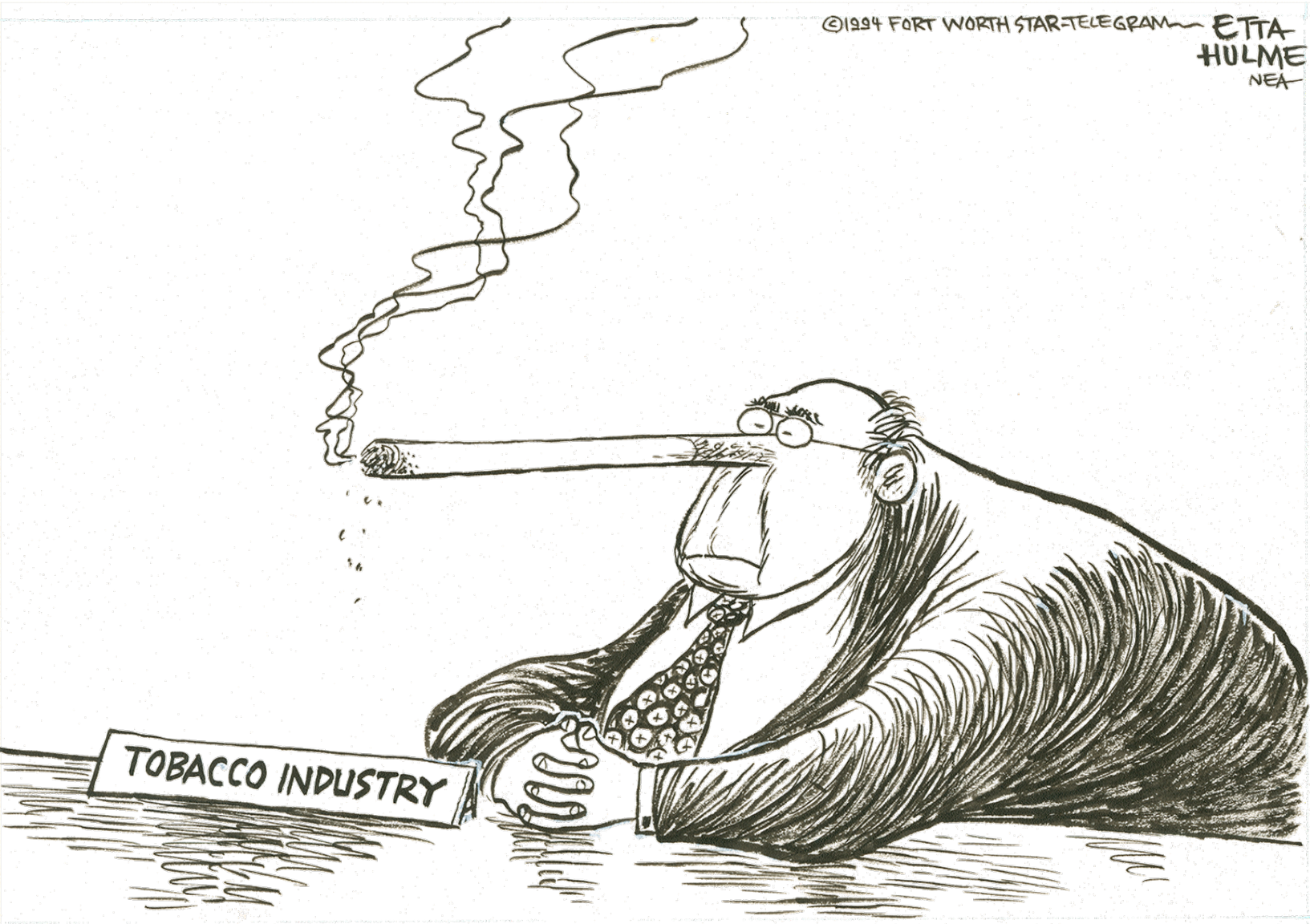
Innovative Kampagnen Kreative Inhalte wie Visuals, Texte, Apps oder Spiele, angepasst an die unterschiedlichen Zielgruppen	Unterstützung beim Rauchstopp Individuelle Unterstützung mit Hilfe von Chatbots und intelligente Apps rund um die Uhr anbieten
Gezielte Prävention <u>Präventionsmassnahmen personalisieren und proaktiv einsetzen</u>	Risikovorhersage Risikopersonen, Rückfallrisiken und besonders gefährdete Gruppen ermitteln
Echtzeit-Überwachung Marketingstrategien der Tabakindustrie schneller erkennen und analysieren	

→ Von allgemeiner zu gezielter und proaktiver Prävention
→ Mut zu Innovation und kreativen Ansätzen

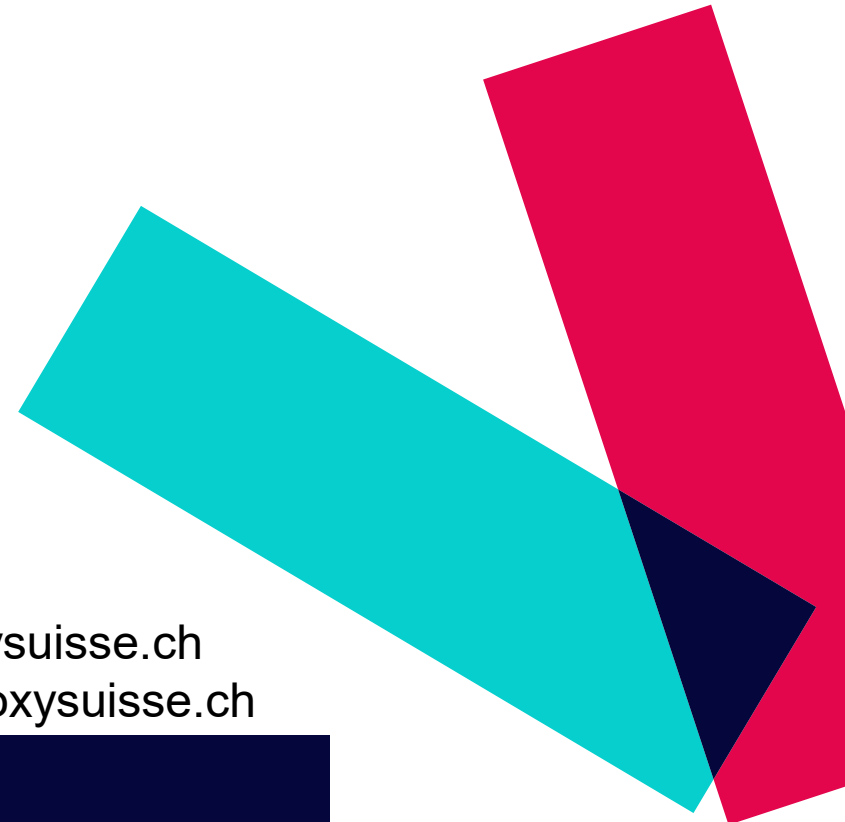
XY SUISSE **Transparency and Truth**



©1994 FORT WORTH STAR-TELEGRAM ETNA
HULME
NEA



**MERCI !
DANKE !
GRAZIE !**



Transparency & Truth: transparencyandtruth.ch/

OxySuisse: oxysuisse.ch

Marthe.solleder@oxysuisse.ch
Sophie.lonchamp@oxysuisse.ch

