

SPORTWETTEN BEI JUNGEN MENSCHEN: WAHGENOMMENE EXPOSITION, SPIELMOTIVE UND MEINUNGEN

Faktenblatt zu den ersten Resultaten einer Umfrage zu Wettpraktiken bei 15- bis 29-Jährigen

Nora Balsiger & Luca Notari
Sucht Schweiz, Mai 2026

WACHSENDE POPULARITÄT VON SPORTWETTEN

Sportwetten haben sich in den letzten Jahren grundlegend verändert. Traditionelle Wetten, bei denen man manchmal mehrere Tage auf das Endergebnis eines Spiels warten musste, wurden durch ein permanentes und hochdynamisches digitales Angebot verdrängt. Mit dem Aufkommen von Live- und Mikro-Wetten ist es heute möglich, während eines laufenden Spiels in Echtzeit zu wetten. Diese ständige Verfügbarkeit verkürzt die Reflexionszeit und verleitet die Wettenden dazu, Verluste sofort auszugleichen zu versuchen. Die nationale Studie e-Games Schweiz (Notari et al., 2023) bestätigt, dass dies mit erhöhten Risiken verbunden ist: Unter Personen, die Live-Wetten abschliessen, ist der Anteil an problematischem Spielverhalten deutlich höher als bei jenen, die ausschliesslich klassische Wetten abschliessen.

Diese Entwicklung betrifft nicht nur die Art des Wettens, sondern auch die wirtschaftliche Bedeutung und die Sichtbarkeit von Sportwetten. In der Schweiz ist der legale Markt in den letzten Jahren stark gewachsen: Der Bruttospielertrag aus Sportwetten stieg innerhalb von sechs Jahren von rund 34 Millionen Franken im Jahr 2018 auf 237 Millionen Franken im Jahr 2024 und hat sich damit versiebenfacht.

Parallel zu diesem Wachstum hat auch die Sichtbarkeit von Sportwetten zugenommen. Einerseits werden legale Angebote in der Schweiz beworben, andererseits sind internationale Anbieter im digitalen Raum präsent, insbesondere über soziale Medien und andere Online-Kanäle. Diese doppelte Präsenz trägt zur Banalisierung von Geldspielen bei und macht Sportwetten im Alltag junger Menschen zunehmend sichtbar (Anthonioz & Wicht, 2025).

Vor dem Hintergrund dieses Marktwandels und der zunehmenden Sichtbarkeit von Sportwetten präsentiert dieses Factsheet erste Resultate einer Umfrage, die 2026 in einer Stichprobe junger Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren in der Schweiz durchgeführt wurde. Ziel der Studie war es, aktuelle Daten zur Prävalenz von Sportwetten, zur wahrgenommenen Präsenz von Werbung, zur wahrgenommenen Verbreitung von Sportwetten im sozialen Umfeld sowie zu Spielmotiven und Meinungen über Sportwetten zu liefern.

METHODEN

Eine Stichprobe von 11'000 jungen Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren mit Wohnsitz in der Deutsch- und Westschweiz wurde durch das Forschungsinstitut *M.I.S Trend* anhand einer Adressdatenbank zufällig ausgewählt und per personalisiertem Brief zur Teilnahme an der Umfrage eingeladen. Der Brief enthielt einen Link zum Online-Fragebogen (CAWI), persönliche Zugangscodes sowie einen QR-Code. Einige Wochen nach der ersten Kontaktaufnahme wurde ein Erinnerungsbrief verschickt. Der Fragebogen wurde auf dem gesicherten Server des Forschungsinstituts gehostet und war auf Deutsch und Französisch verfügbar.

Insgesamt haben 2028 Personen den Fragebogen zwischen dem 27. November 2025 und dem 1. Februar 2026 ausgefüllt, was einer Rücklaufquote von 18.4% entspricht. Die durchschnittliche Ausfülldauer betrug 10 bis 15 Minuten. Die Ergebnisse wurden gemäss der ständigen Wohnbevölkerung der Deutsch- und Westschweiz im Dezember 2024 nach Altersgruppe und Geschlecht/Geschlechtsidentität gewichtet. Diese Umfrage wurde durch das Programm *Spielen ohne Sucht Nord- und Innerschweiz* finanziert.

PRÄVALENZ VON SPORT- UND ANDEREN WETTEN

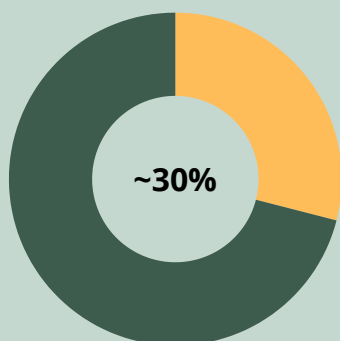
8.9% der befragten jungen Menschen haben in den letzten 12 Monaten Sportwetten abgeschlossen. Diese Prävalenz ist bei Männern (14.8%) deutlich höher als bei Frauen (2.6%). Zudem sind Sportwetten unter den 20- bis 24-Jährigen (13.5%) im Vergleich zu den 25- bis 29-Jährigen (8.4%) und den 15- bis 19-Jährigen (4.7%) am weitesten verbreitet. Regelmässiges Wetten auf Sportereignisse (mindestens einmal pro Monat in den letzten 12 Monaten) betrifft 4.0% der befragten jungen Menschen, wobei Männer hier noch deutlicher überrepräsentiert sind (7.1%) als Frauen (<1%).

Neben Sportwetten befasst sich die Studie auch mit anderen Wettformen und spekulativen Aktivitäten, die hinsichtlich ihrer Mechanismen und ihres Risikoniveaus den Sportwetten sehr ähnlich sind. Sehr kurzfristige Finanzwetten (Daytrading) sind bei jungen Menschen mit 9.8% ähnlich verbreitet wie Sportwetten. Auch hier handelt es sich vorwiegend um Männer (16.5% vs. 2.7% der Frauen). Hingegen ist diese Praktik vor allem bei der jüngsten Altersgruppe beliebt (13.9% bei den 15- bis 19-J. vs. 8.3% bei den 20- bis 24-J. und 7.8% bei den 25- bis 29-J.).

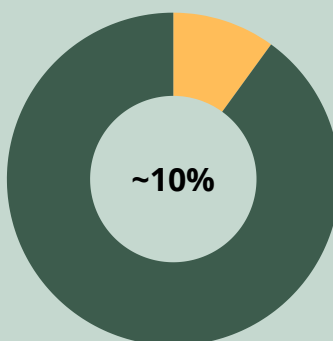
Andere Wettformen, wie beispielsweise Wetten auf E-Sport oder gesellschaftliche Ereignisse, werden nur von einer kleinen Minderheit (weniger als 1% in den letzten 12 Monaten) durchgeführt.

WIE SCHÄTZEN JUNGE MENSCHEN DIE PRÄVALENZ EIN?

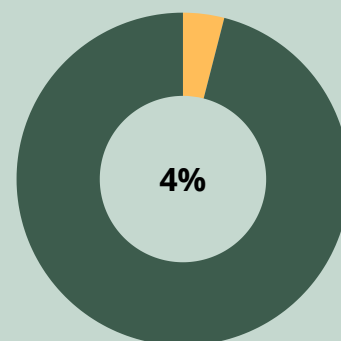
Im Durchschnitt denken die befragten junge Menschen, dass etwa 30% ihrer Altersgenossen regelmässige Sportwetten abschliessen. Diese Prävalenz sinkt auf etwa 10%, wenn sie ihre Freund/innen einschätzen sollen. In Wirklichkeit haben lediglich 4.0% der jungen Menschen in den letzten 12 Monaten regelmässig - d.h. mindestens einmal pro Monat - Sportwetten abgeschlossen. Das Ausmass dieser Aktivität scheint von den jungen Menschen also insgesamt überschätzt zu werden.



Durchschnittliche durch die jungen Menschen geschätzte Prävalenz unter **Gleichaltrigen**



Durchschnittliche durch die jungen Menschen geschätzte Prävalenz im **Freundeskreis**



Tatsächliche Prävalenz unter den befragten jungen Menschen

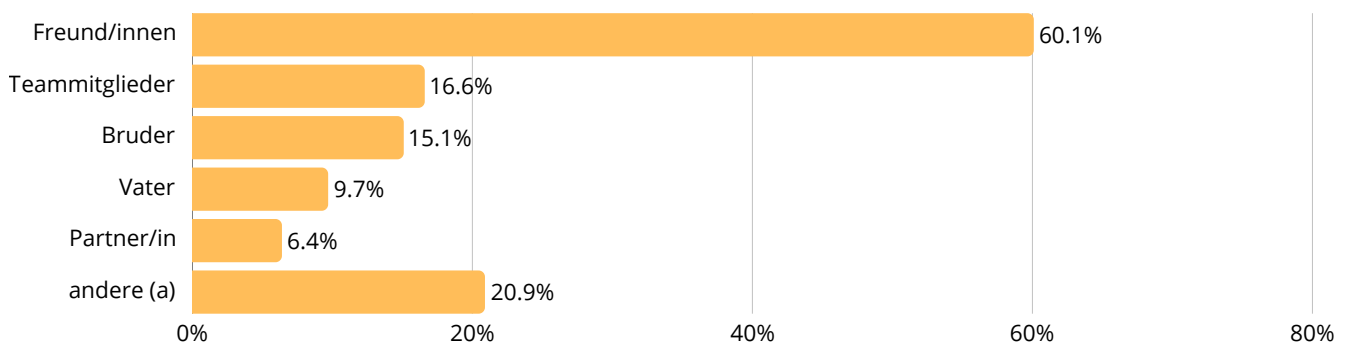
WAHRGENOMMENE EXPOSITION IM SOZIALEM UMFELD

41.5% der befragten jungen Menschen haben im letzten Monat beobachtet, dass jemand in ihrem Umfeld eine Sportwette abgeschlossen oder sich über Sportwetten unterhalten hat. Darunter deutlich mehr Männer (50.2%) als Frauen (32.2%) und mehr 15- bis 19-Jährige (48.8%) und 20- bis 24-Jährige (44.6%) als 25- bis 29-Jährige (32.9%). Auch etwa ein Drittel (36.3%) der jungen Menschen, die in den letzten 12 Monaten gar keine Geldspiele gespielt oder Wetten abgeschlossen hatten, berichteten dies.

20.0% der jungen Menschen gaben an, jemanden in ihrem Umfeld zu haben, der regelmässig Sportwetten abschliesst. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Freund/innen, gefolgt von Teammitgliedern eines Sportclubs oder -teams, bei dem die Teilnehmenden mitspielen, und Brüdern (Abb. 1).

Die Resultate zeigen zudem, dass die Exposition mit einem generellen Interesse an Sport einhergeht. 48.7% der jungen Menschen, die Sportevents verfolgen (vs. 34.5%, die dies nicht tun), berichteten in ihrem Umfeld Sportwetten gegenüber exponiert zu sein. Unter denjenigen, die selbst einen Mannschaftssport betreiben, waren es 52.6% (vs. 35.6%, die keinen Sport machen, und 40.8% die einen Individualsport treiben).

Abb. 1 - Personen im Umfeld, die regelmässig Sportwetten abschliessen (n=407)



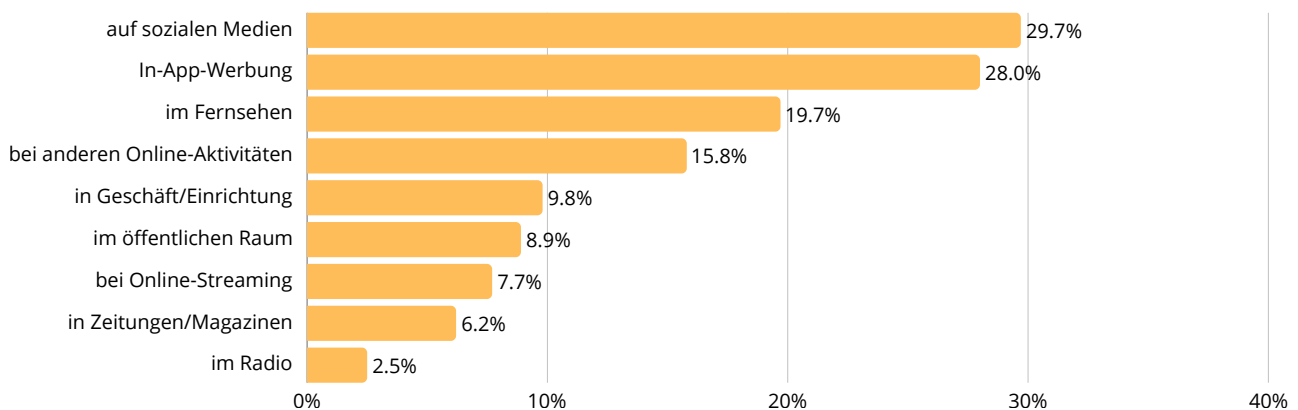
Anmerkungen: mehrere Antworten möglich;

(a) fasst die Antwortkategorien 'Mutter' (1.4%), 'Schwester' (1.2%) und 'andere' (18.4%) zusammen

WAHRGENOMMENE EXPOSITION GEGENÜBER WERBUNG

Die Hälfte der befragten jungen Menschen gaben an, oft oder sehr oft auf mindestens einem Medium Werbung für Sportwetten zu sehen. Die Männer (63.6%) gaben dies doppelt so häufig an, als die Frauen (38.5%) und die 15- bis 19-Jährigen (51.8%) und die 20- bis 24-Jährigen (53.8%) häufiger als die 25- bis 29-Jährigen (44.3%). Am häufigsten wurde die Werbung auf sozialen Medien, in In-App-Werbung und im Fernsehen gesehen (Abb 2.)

Abb. 2 - Anteil junger Menschen, die oft/sehr oft Werbung für Sportwettens sehen (n=2028)



Anmerkung: mehrere Antworten möglich

AUS WELCHEN GRÜNDEN SCHLIESSEN JUNGE MENSCHEN SPORTWETTEN AB? UND AUS WELCHEN GRÜNDEN NICHT?

Den befragten jungen Menschen, die in den letzten 12 Monaten Sportwetten abgeschlossen hatten, wurden verschiedene Spielmotive präsentiert, welche sie auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) einordnen konnten. Folgende Spielmotive erhielten im Durchschnitt die meiste Zustimmung (in absteigender Reihenfolge):

- weil es Spass macht (M = 3.7)
- um Geld zu gewinnen (M = 3.4)
- um Sportereignisse intensiver zu erleben (M = 2.8)
- um gesellige Momente mit Freund/innen zu erleben (M = 2.2)

Den befragten jungen Menschen, die in den letzten 12 Monaten keine Sportwetten abgeschlossen hatten, wurden ihrerseits verschiedene Gründe, keine Sportwetten abzuschliessen, präsentiert. Darunter konnten sie maximal drei auswählen. Insbesondere zwei Hauptkategorien von Gründen stachen dabei heraus:

- Mangelndes Interesse: 65.8% gaben an, kein Interesse an Sportwetten zu haben und 31.0%, keine Sportfans zu sein.
- Mögliche Risiken: 57.2% hielten Sportwetten für finanziell zu riskant und 45.9% gaben an, Angst vor möglichen Problemen mit dem Spielverhalten (z.B. Sucht) zu haben.

MEINUNGEN ZU RISIKEN VON SPORTWETTEN

89.8%* der befragten jungen Menschen waren sich bewusst, dass Sportwetten zu sozialen, psychischen und finanziellen Problemen führen können. Mögliche Risiken von Sportwetten werden somit insgesamt sehr gut erkannt.

Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass dieses Risikobewusstsein nicht automatisch auf das eigene Wettverhalten übertragen wird. Besonders deutlich wird dies bei der Meinung, dass Sportwetten unproblematisch seien, solange man «verantwortungsbewusst» wettet, welcher 74.2%* der befragten jungen Menschen, die in den letzten 12 Monaten Sportwetten abgeschlossen hatten, zugestimmt haben. Bei den jungen Menschen, die in den letzten 12 Monaten keine Sportwetten abgeschlossen hatten, war diese Meinung mit 51.8%* deutlich weniger verbreitet. Das Konzept des "verantwortungsbewussten" Spielens wird von der Geldspielindustrie häufig verwendet. Es betont die individuelle Kontrolle des Spielverhaltens und kann dadurch den Eindruck verstärken, dass Risiken in erster Linie von den Entscheidungen der Spielenden abhängen. Dabei geraten die Mechanismen von Geldspielen, welche ein problematisches Spielverhalten begünstigen können, in den Hintergrund.

Auch die Spielmechanismen und die tatsächliche Gewinnwahrscheinlichkeit werden teilweise wenig verstanden. Der Schwierigkeitsgrad von Sportwetten wird dabei insgesamt eher unterschätzt: 23.0%* der befragten jungen Menschen waren der Meinung, dass gute Sportkenntnisse ausreichen, um mit Sportwetten Geld zu gewinnen, und 10.5%* glaubten sogar, dass Sportwetten eine einfache Möglichkeit seien, Geld zu gewinnen.

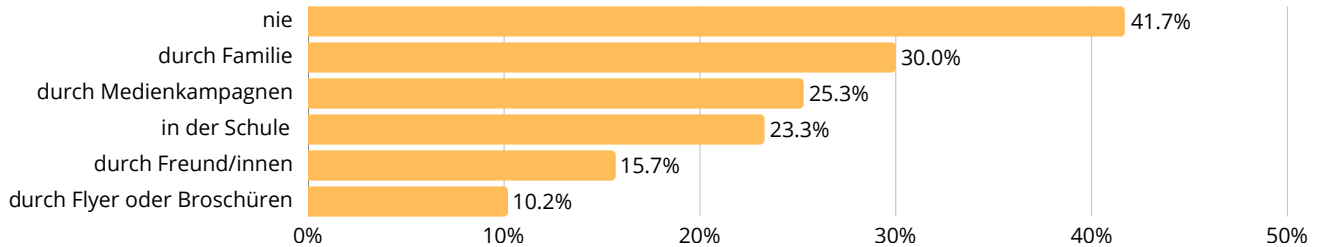
* Anteil, welcher der jeweiligen Aussage eher oder voll und ganz zustimmt

SENSIBILISIERUNG

58.3% der befragten jungen Menschen gaben an, bereits über die Risiken von Sportwetten aufgeklärt worden zu sein. Die Sensibilisierung erfolgte am häufigsten durch die Familie, gefolgt von Medienkampagnen und der Schule (Abb. 3). Aus der Umfrage geht jedoch nicht hervor, welchen Inhalt sie hatte.

41.7% der Teilnehmenden meinten, noch nie über die Risiken von Sportwetten aufgeklärt worden zu sein.

Abb. 3 - Anteil der Teilnehmenden, die über Risiken von Sportwetten aufgeklärt wurden (n=2028)



Anmerkung: mehrere Antworten möglich

DISKUSSION

Die Ergebnisse dieser Umfrage zeigen, dass etwa 9% der befragten jungen Menschen im Alter von 15 bis 29 Jahren in den letzten 12 Monaten Sportwetten abgeschlossen haben. 4.0% haben dies regelmässig getan, das heisst mindestens einmal pro Monat. Sportwetten betreffen somit einen relevanten Anteil junger Menschen, auch wenn regelmässiges Wetten weniger verbreitet ist.

Gleichzeitig weist die Umfrage auf mehrere Faktoren hin, die zur Normalisierung von Sportwetten beitragen können. Die Hälfte der jungen Menschen ist regelmässig entsprechender Werbung ausgesetzt. Zudem zeigt sich eine deutliche Überschätzung der tatsächlichen Verbreitung von Sportwetten unter Gleichaltrigen. Dadurch kann eine potenziell riskante Aktivität zunehmend als soziale Norm wahrgenommen werden.

Die unerwartet hohe Verbreitung von Daytrading (9.8%), die besonders bei Minderjährigen ausgeprägt ist, deutet zudem auf eine problematische Annäherung zwischen spekulativen Finanzpraktiken und Geldspielen hin. Daytrading entzieht sich teilweise den traditionellen Sensibilisierungsmassnahmen, obwohl es ähnliche Risikodynamiken aufweisen kann.

Verschärft wird die Situation durch eine unvollständige Sensibilisierung der betroffenen Altersgruppen. 41.7% der jungen Menschen wurden bislang nie über die Risiken von Sportwetten aufgeklärt. Gleichzeitig bleibt die Vorstellung verbreitet, dass „verantwortungsbewusstes“ Spielen weitgehend risikofrei sei.

Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse den Bedarf nach zusätzlichen Massnahmen. Erstens sollte die Exposition von Minderjährigen gegenüber Geldspielwerbung — insbesondere in sozialen Medien und in Apps — stärker eingeschränkt werden. Zweitens braucht es Sensibilisierungsmassnahmen, welche grundlegende Risikomechanismen wie z.B. die Rolle des Zufalls, die langfristig geringe Gewinnwahrscheinlichkeit und die Überschätzung der eigenen Kontrolle erklären. Drittens sollten auch geldspielähnliche Angebote stärker einbezogen werden, etwa Lootboxen in Videospielen, zufallsbasierte Belohnungssysteme auf digitalen Plattformen oder spekulative Finanzpraktiken wie Daytrading. Sensibilisierungsmassnahmen sollte somit ein breiteres Spektrum von Praktiken, die für junge Menschen attraktiv sind und ähnliche Risikodynamiken aufweisen können, berücksichtigen.

Literaturverzeichnis

- Egli Anthonioz N., Wicht S. (2025). *Exposition au marketing et autres stimuli liés aux jeux de hasard et d'argent dans le quotidien des jeunes de la Ville de Genève – Une étude exploratoire et descriptive*. Rapport de recherche N° 178. Lausanne: Addiction Suisse. doi: 10.58758/rech178
- Notari L., Kuendig H., Vorlet J., Salvetti K., Al Kurdi, C. (2023). *Les jeux de hasard et d'argent en ligne à l'ère du COVID-19 et de l'offre légale*. Lausanne : Addiction Suisse & GREA.