

28.08.2025 – 09:00 Uhr

Jugendliche zwischen 16 und 18 Jahren sind der Geldspielwerbung stark ausgesetzt



Lausanne (ots) -

Jugendliche im Alter von 16 bis 18 Jahren sind sowohl in der Stadt Genf als auch im Internet einer Vielzahl von Anreizen ausgesetzt, die mit Glücks- und Geldspielen in Verbindung stehen. Dies ergab eine [Studie von Sucht Schweiz](#) im Auftrag des Departements für Gesundheit und Mobilität des Kantons Genf.

Die wissenschaftliche Literatur zeigt, dass Geldspielwerbung die Haltung und das Spielverhalten junger Menschen beeinflusst. Marketingstrategien - sei es durch Sponsoring, Anbieter- oder Produktwerbung - können zum Spiel um Geld verleiten oder sogar zu riskantem Geldspielverhalten führen. In welchem Ausmass junge Menschen Anreizen im Zusammenhang mit Glücks- und Geldspielen ausgesetzt sind, ist noch wenig erforscht. Die aktuelle Beobachtungsstudie von Sucht Schweiz im Auftrag des Kantons Genf zeigt, dass solche Anreize im Alltag junger Menschen allgegenwärtig sind.

200 Anreize auf sechs typischen Wegen in der Stadt Genf

In der Stadt Genf wurden von August bis September 2024 sechs Routen untersucht, die Teil von typischen Tagesabläufen der Jugendlichen sind. Dabei wurden insgesamt 200 Anreize (Werbung, Sponsoring und andere Formate) erfasst, denen junge Menschen ausgesetzt sind.

An sieben Tagen machten die Jugendlichen zudem eine Stunde pro Tag Bilder während ihres üblichen Surfverhaltens im Internet. Insgesamt wurden dabei 211 Anreize gesammelt, die sich auf 91 Stunden Surfzeit verteilen. Diese Aufnahmen enthielten Hinweise auf landbasierte Spiele wie Kasinos sowie auf Online-Spiele, darunter Kasinos und Lotterien.

Die Quellen sind vielfältig und umfassen legale Schweizer Anbieter von Online-Spielen, Influencer und Influencerinnen, die Inhalte verbreiten, die das Spiel aus einer Lifestyle- oder humorvollen Perspektive darstellen, sowie illegale ausländische Angebote und sogar Werbeanzeigen für Geldspiele.

Online andere Herausforderungen als im urbanen Raum

Im urbanen Raum halten sich alle vorgefundenen Anreize an die geltenden Gesetze. Anders sieht es im Internet aus, wo viele Inhalte dagegen verstossen. Hier gibt es Botschaften - insbesondere von Influencern und Influencerinnen -, welche die Risiken verharmlosen oder sogar beschönigen. Zudem fehlt es an einer wirksamen Alterskontrolle, denn Geldspielwerbung darf sich nicht an Minderjährige richten. Junge Menschen sind ihr aber

trotzdem ausgesetzt.

Darüber hinaus verweist ein beträchtlicher Teil der im digitalen Raum erfassten Anreize auf internationale Anbieter, die in der Schweiz nicht zugelassen sind.

Mehr Regulierung und weniger Anreize

Zur Verbesserung der Situation identifiziert Sucht Schweiz zwei Handlungsschwerpunkte:

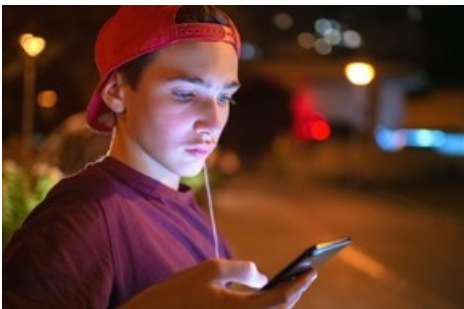
- Zum einen sollten die im digitalen Raum verbreiteten Inhalte besser reguliert werden. Insbesondere müssten die Plattformen verpflichtet werden, wirksame Altersschränken einzurichten, damit Minderjährige dem Geldspiel-Marketing nicht ausgesetzt sind.
- Zum anderen sollten Massnahmen ergriffen werden, um die Anzahl der Anreize zu reduzieren, denen Jugendliche im urbanen Raum ausgesetzt sind.

Hier der Link zur Studie: <https://www.suchtschweiz.ch/publication/exposition-au-marketing-et-autres-stimulies-aux-jeux-de-hazard-et-dargent-dans-le-quotidien-des-jeunes-de-la-ville-de-geneve/>

Pressekontakt:

Markus Meury
Mediensprecher Sucht Schweiz
mmeury@suchtschweiz.ch
Tel. 021 321 29 63

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000980/100934299> abgerufen werden.