

WM-Radar 2026

Fussball-Fieber mit Beigeschmack



Mai 2026

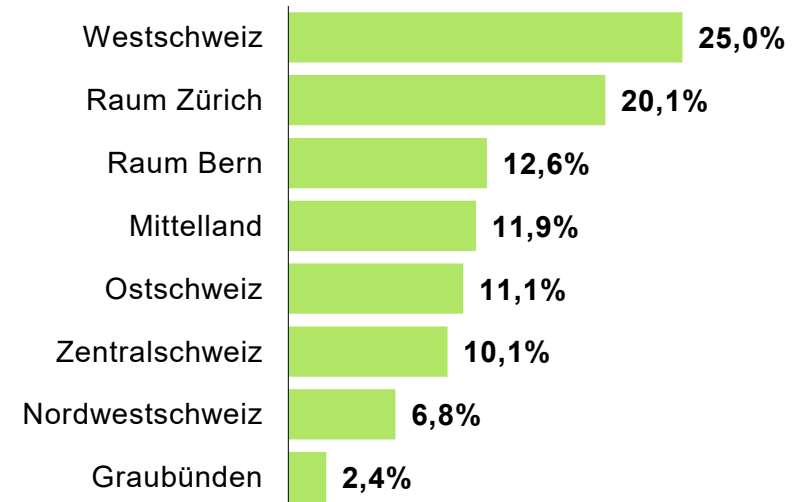
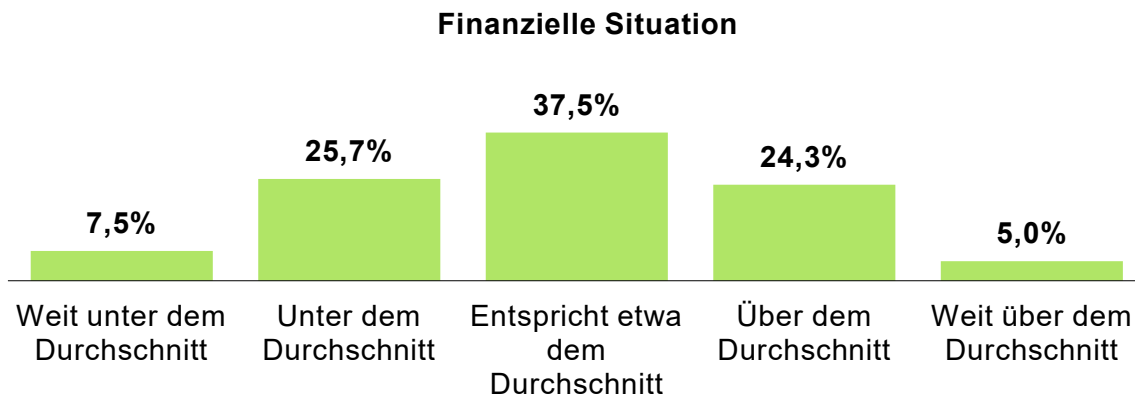
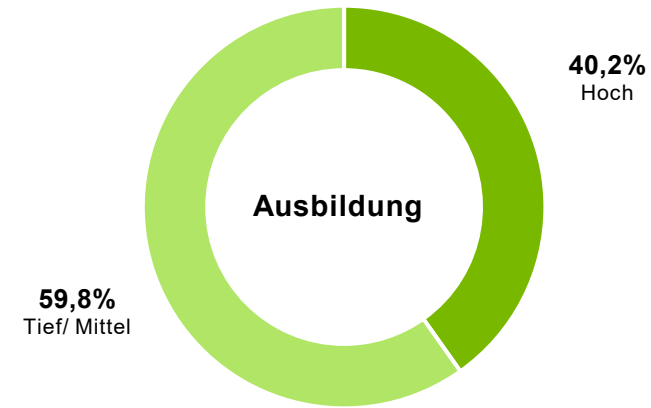
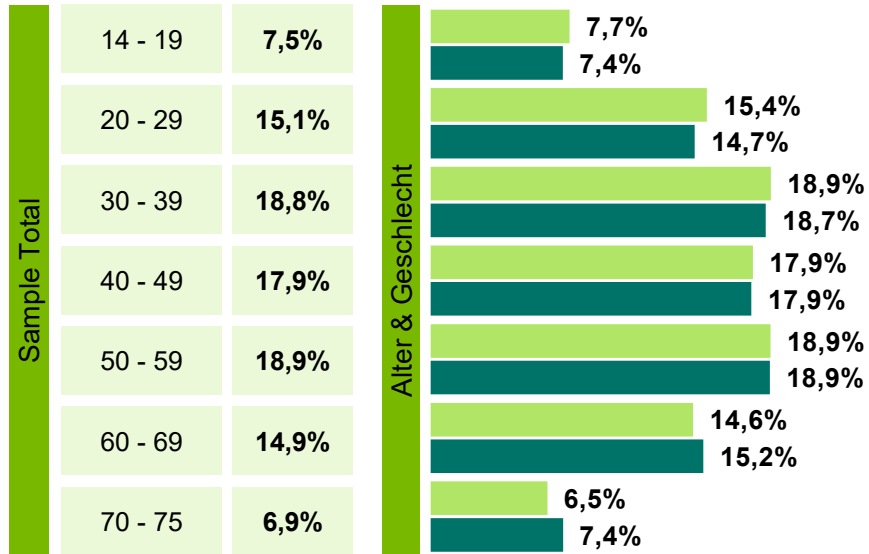
marketagent.

Umfrage-Basics | Studien-Steckbrief

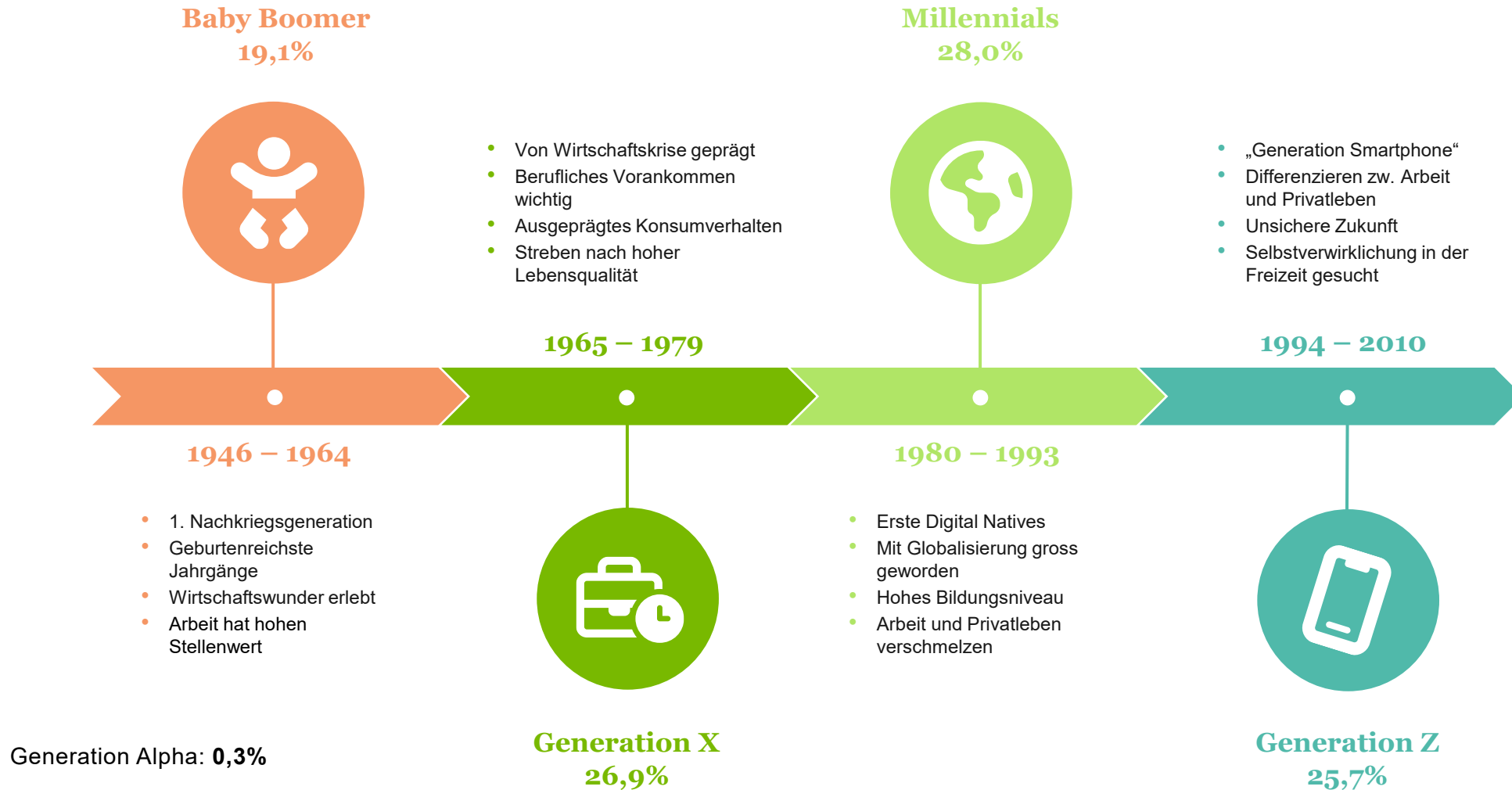
Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Grösse	n = 1.000 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	30.04.2026 - 11.05.2026
Studienumfang	12 Fragen
Mobile Teilnahme	55,7%

Zusammensetzung des Samples | n = 1.000

♂ 50,2% ♀ 49,6% Divers: 0,2%



Generationen im Überblick | n = 1.000



Fact Box

- **Interesse an der WM:** 47% der Schweizer*innen interessieren sich grundsätzlich für die Fussball-WM 2026, 53% eher nicht. Männer (57%) und junge Zielgruppen (Generation Z: 56%) treiben das Interesse.
- **Nati als wichtigster Einschaltgrund, Wohnzimmer als WM-Zentrale:** 58% wollen zumindest einzelne Spiele mitverfolgen, 15% sogar möglichst viele. 11% planen, die WM bewusst zu boykottieren. Unter den WM-Zuschauer*innen interessieren sich 73% besonders für Spiele der Schweizer Nationalmannschaft. Das Wohnzimmer bleibt die WM-Zentrale, von dem aus die Spiele vorwiegend geschaut werden (82%).
- **WM verbindet, aber klare Forderung nach Entpolitisierung:** 78% stimmen zu, dass die Fussball-WM Menschen über Grenzen hinweg verbindet. 87% finden, Sportgrossereignisse sollten unpolitisch sein.
- **Korruption und FIFA dominieren Kritik:** Hauptkritikpunkte sind Korruption und mangelnde Transparenz (64%), politische Instrumentalisierung (62%) und die FIFA selbst (54%).
- **Kritischer Blick auf Gastgeber:** Nur 39% finden die Austragung in Kanada, USA und Mexiko gut. Für 55% wirkt sich die politische Lage in den USA auf das persönliche Interesse an der WM aus.
- **Vorsichtig optimistische Titelhoffnung:** Für die Nati sehen die meisten ein Aus im Achtel- (35%) oder Viertelfinale (31%), jede*r Zehnte glaubt an den Weltmeistertitel (10%). Die grössten Titelchancen werden Spanien zugerechnet (20%).

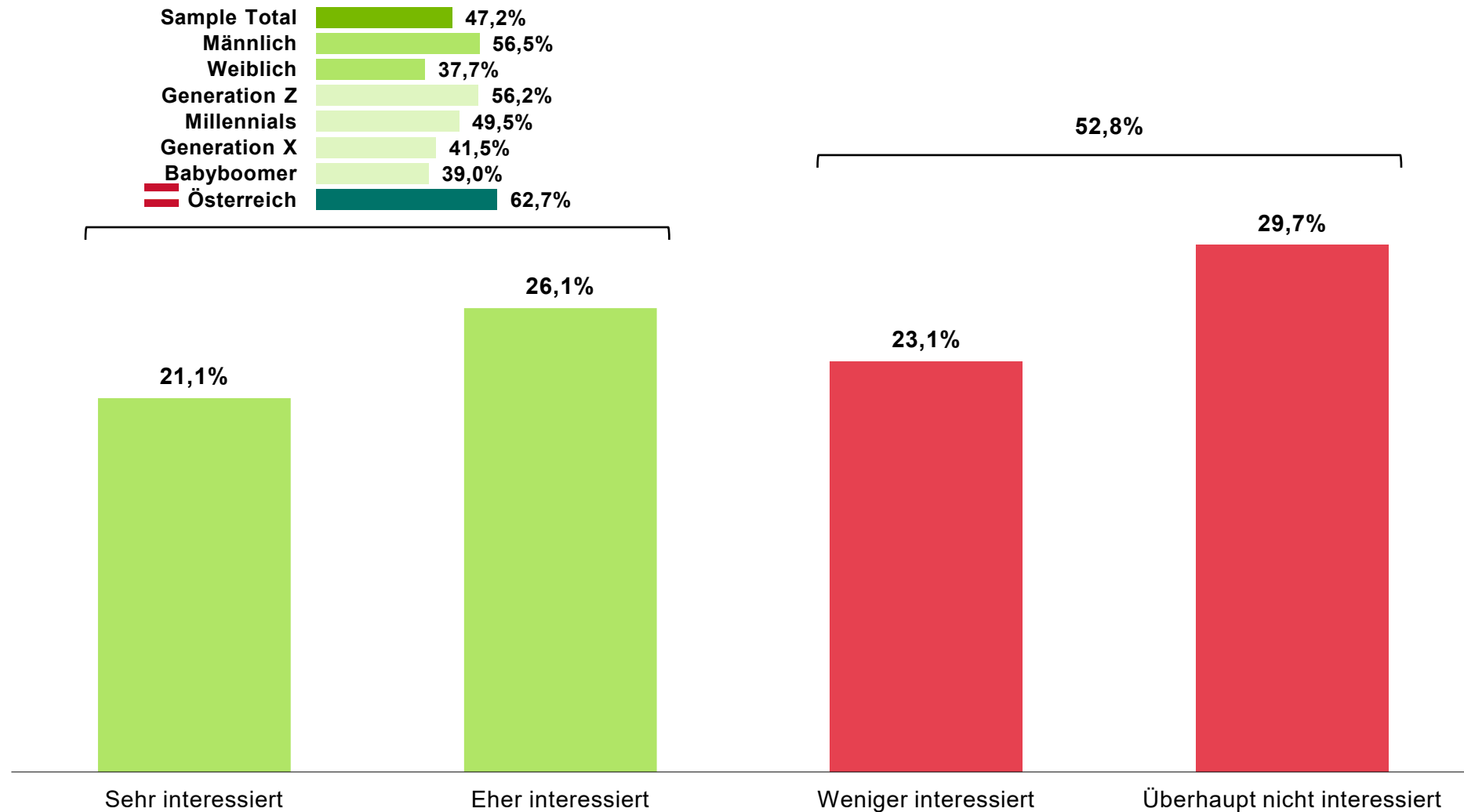
Interesse an der Fussball-WM 2026

47,2%
(Eher)
interessiert



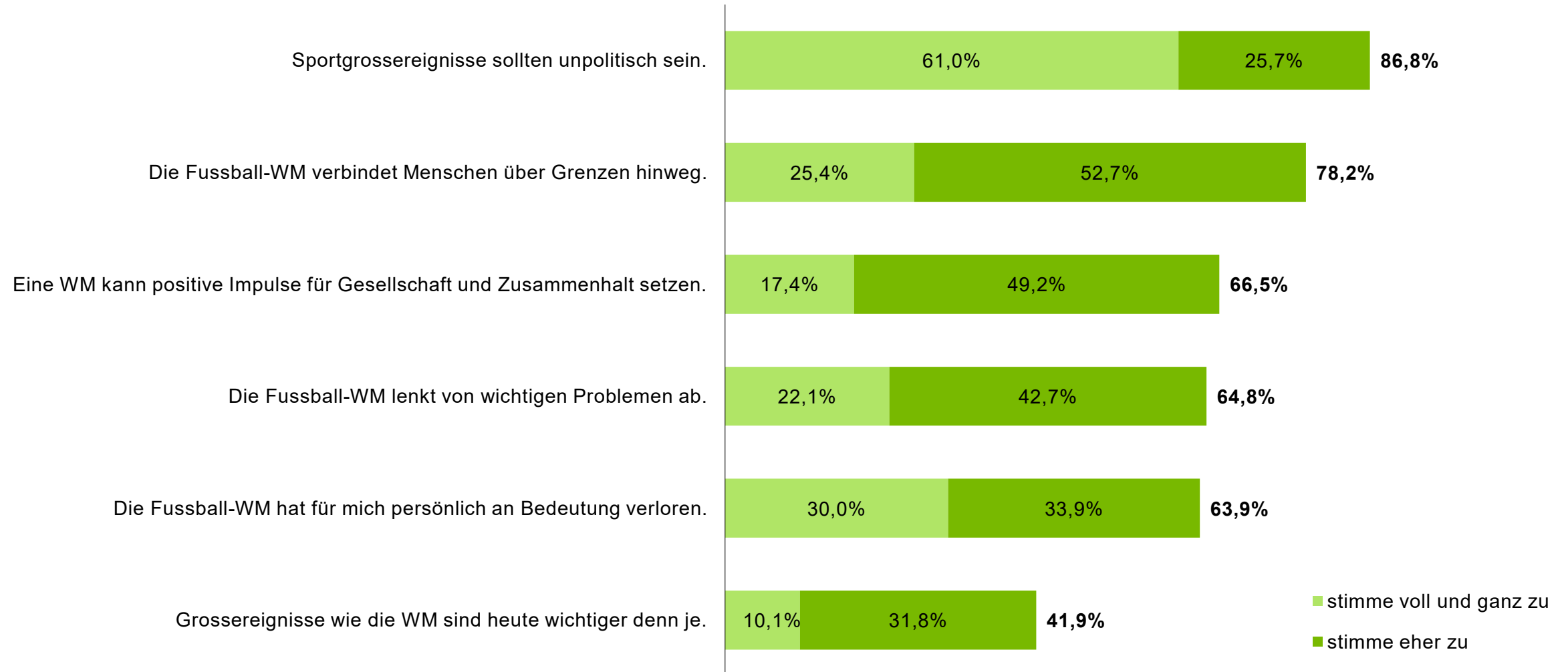
52,8%
(Eher) nicht
interessiert

Interesse an der Fussball-WM 2026



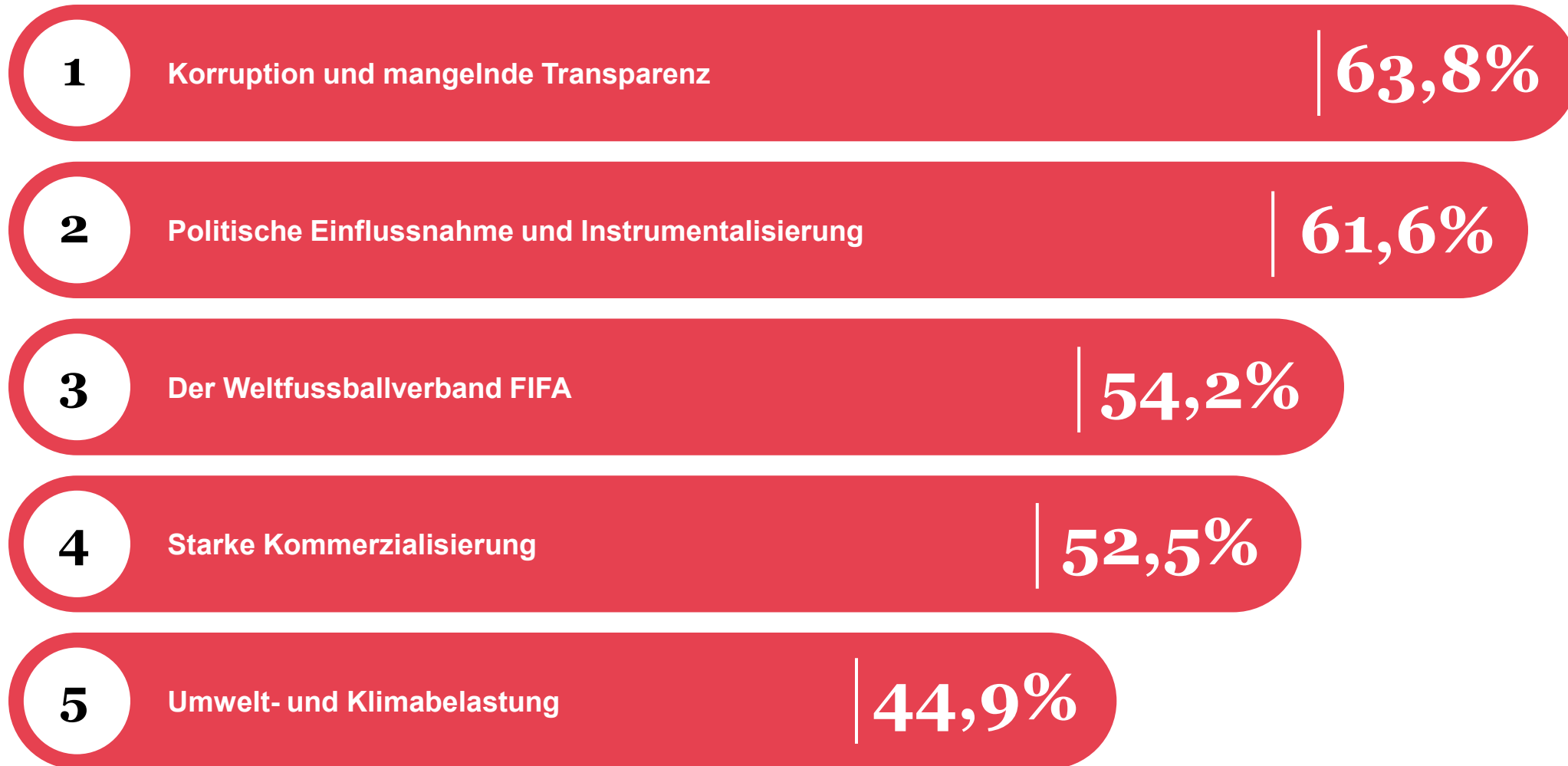
Kommen wir zur Fussball-Weltmeisterschaft, die im Sommer 2026 in den Ländern USA, Mexiko und Kanada ausgetragen wird. Inwieweit sind Sie an diesem Sportereignis ganz generell interessiert? || n=1.000 || MW 2,4 (Skala von "4 = Sehr interessiert" bis "1 = Überhaupt nicht interessiert")

Einstellung zur Fussball-WM



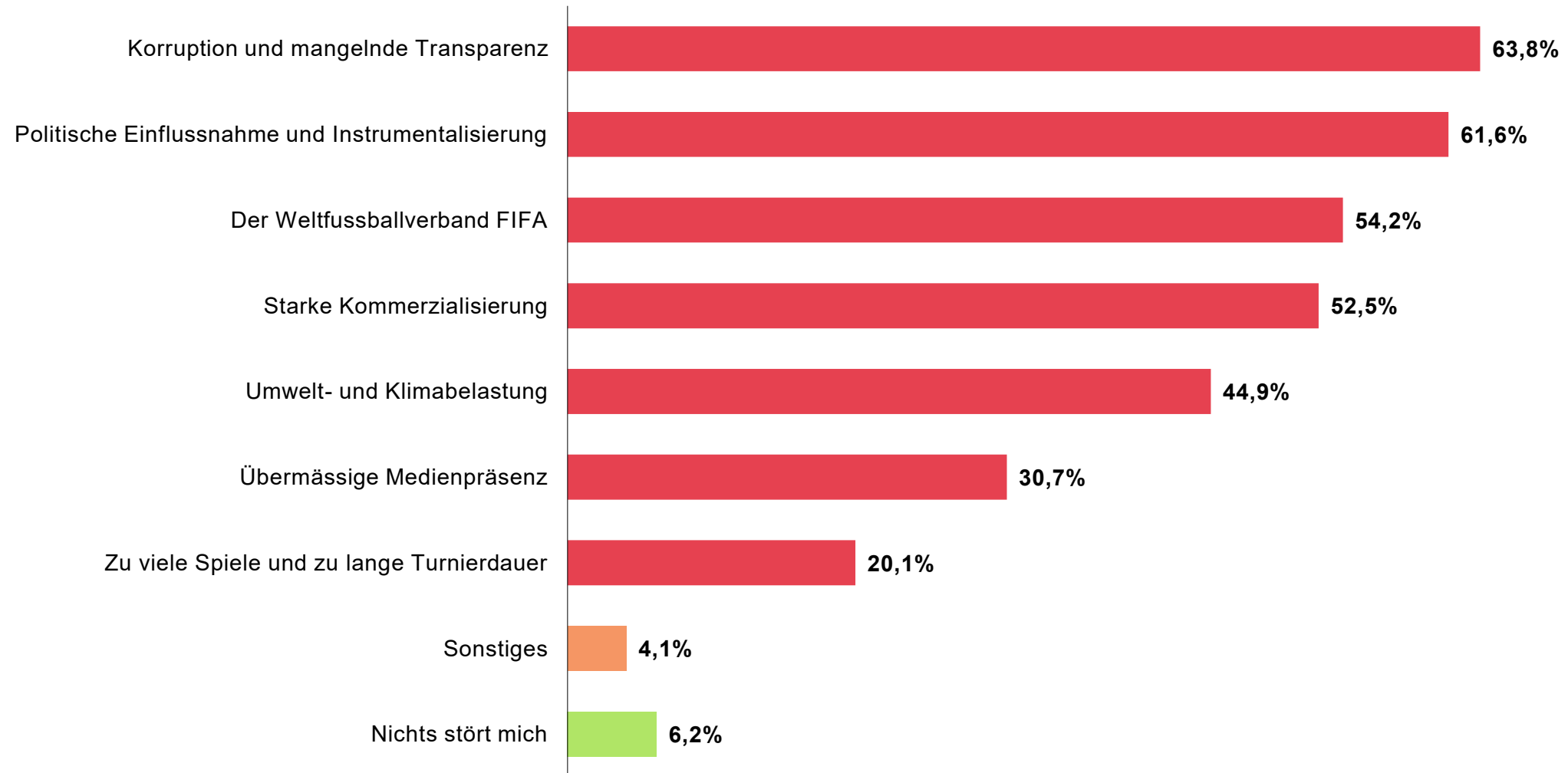
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? || n=1.000 || Top-2-Box: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu

Top-5 Kritikpunkte an Fussball-Grossereignissen



Gibt es Aspekte, die Sie an Fussball-Grossereignissen wie der WM stören? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Kritikpunkte an Fussball-Grossereignissen



Gibt es Aspekte, die Sie an Fussball-Grossereignissen wie der WM stören? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

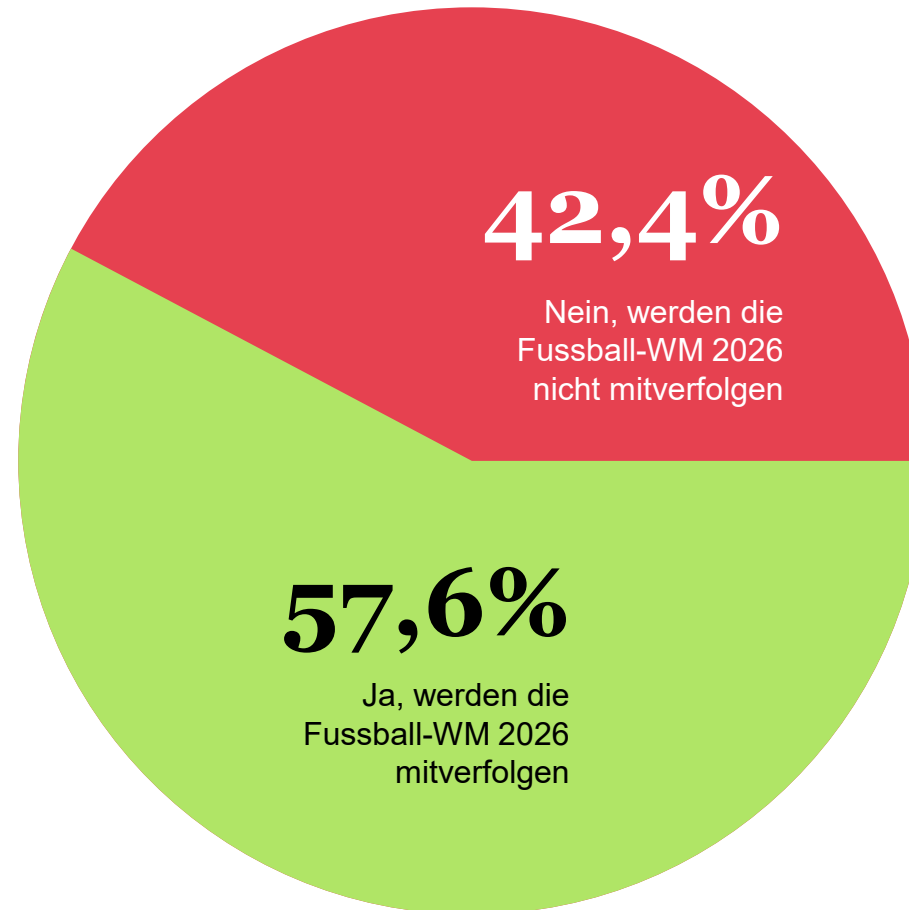


© Roland Zeindler

Die Fussball-WM bleibt ein emotionales Lagerfeuer, das Menschen zusammenbringt, gleichzeitig zeigt unsere Studie aber deutlich: Die Begeisterung ist heute stärker an Bedingungen geknüpft als früher. Die Menschen wollen grosse Momente erleben, erwarten aber gleichzeitig mehr Transparenz, weniger politische Inszenierung und mehr Glaubwürdigkeit von den Verantwortlichen.

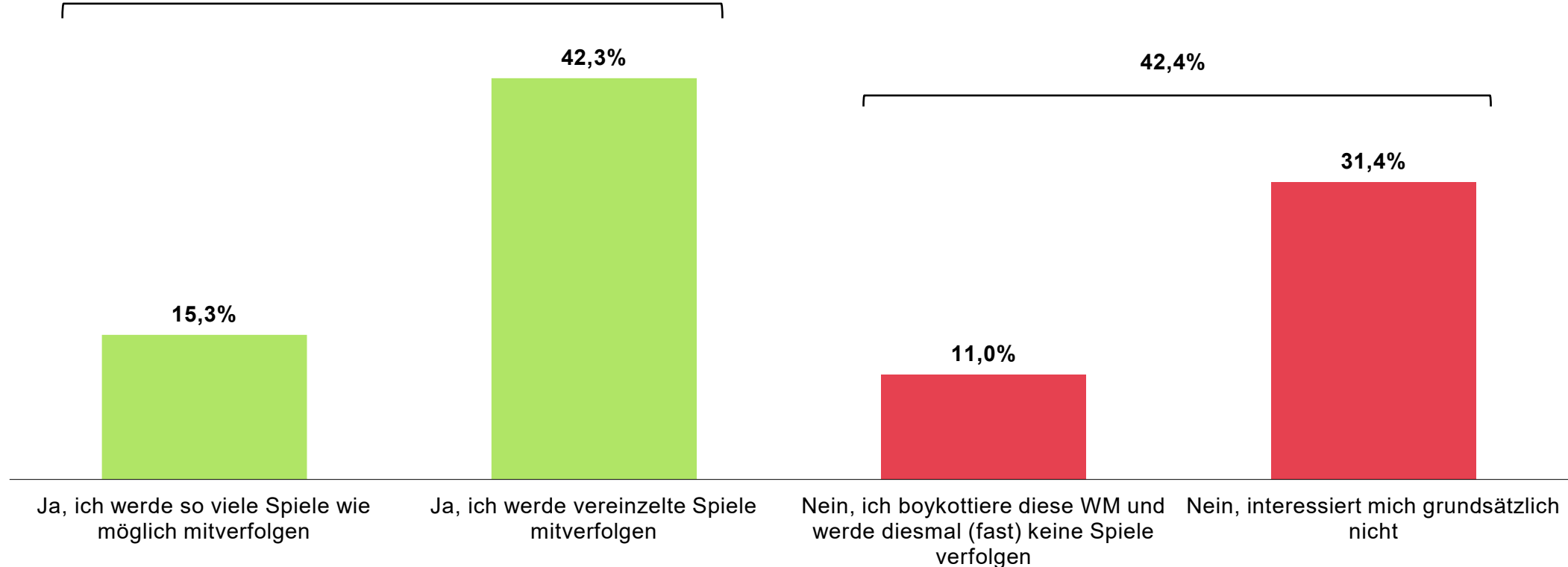
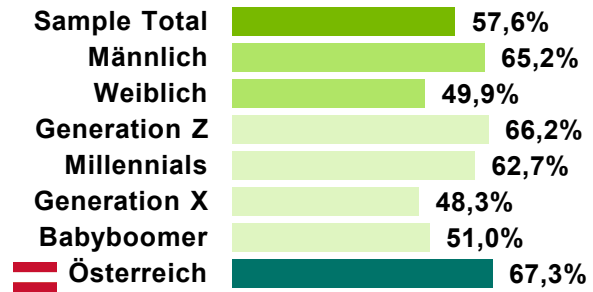
— Roland Zeindler, Geschäftsführer der Marketagent Schweiz AG

Geplantes Mitverfolgen der Fussball-WM 2026



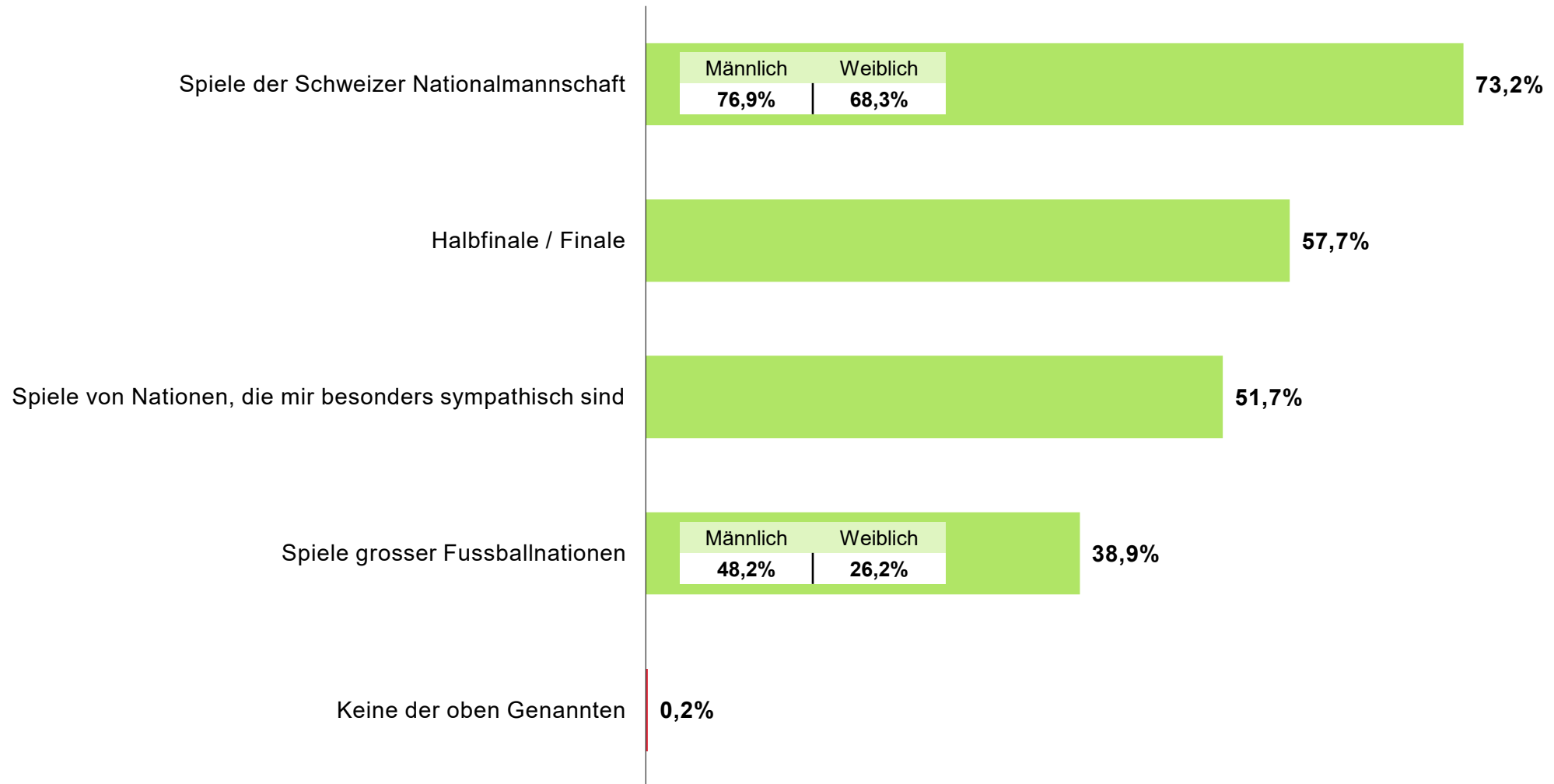
[...] Werden Sie selbst die Fussball-WM 2026 mitverfolgen (z.B. im TV)? || n=1.000

Geplantes Mitverfolgen der Fussball-WM 2026



[...] Werden Sie selbst die Fussball-WM 2026 mitverfolgen (z.B. im TV)? || n=1.000

Besonders interessante WM-Spiele

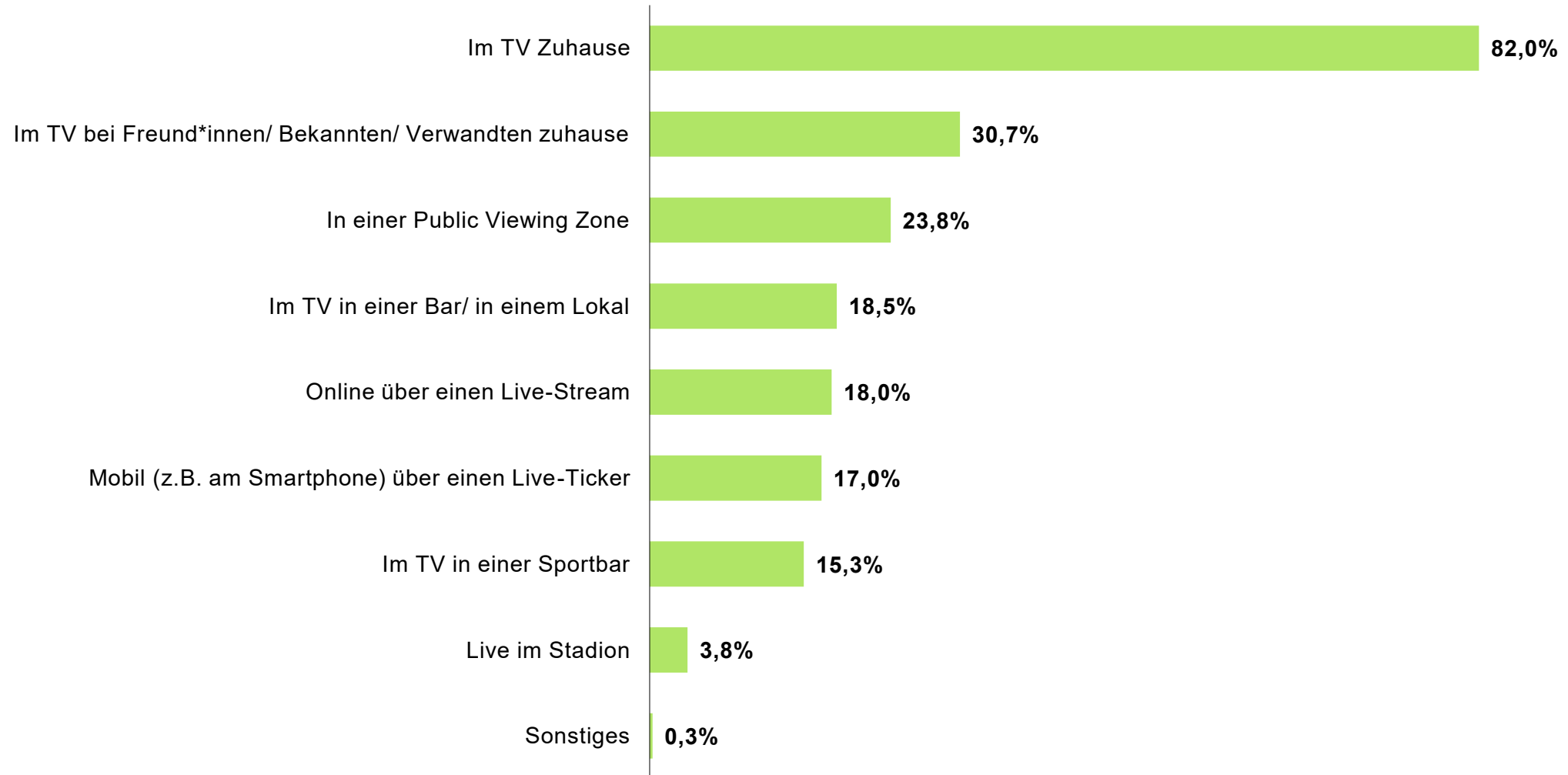


Welche Spiele interessieren Sie an der Fussball-WM 2026 in Kanada, USA und Mexiko besonders? || Basis: Werden zumindest vereinzelt Spiele verfolgen || n=576 || Mehrfach-Nennung möglich

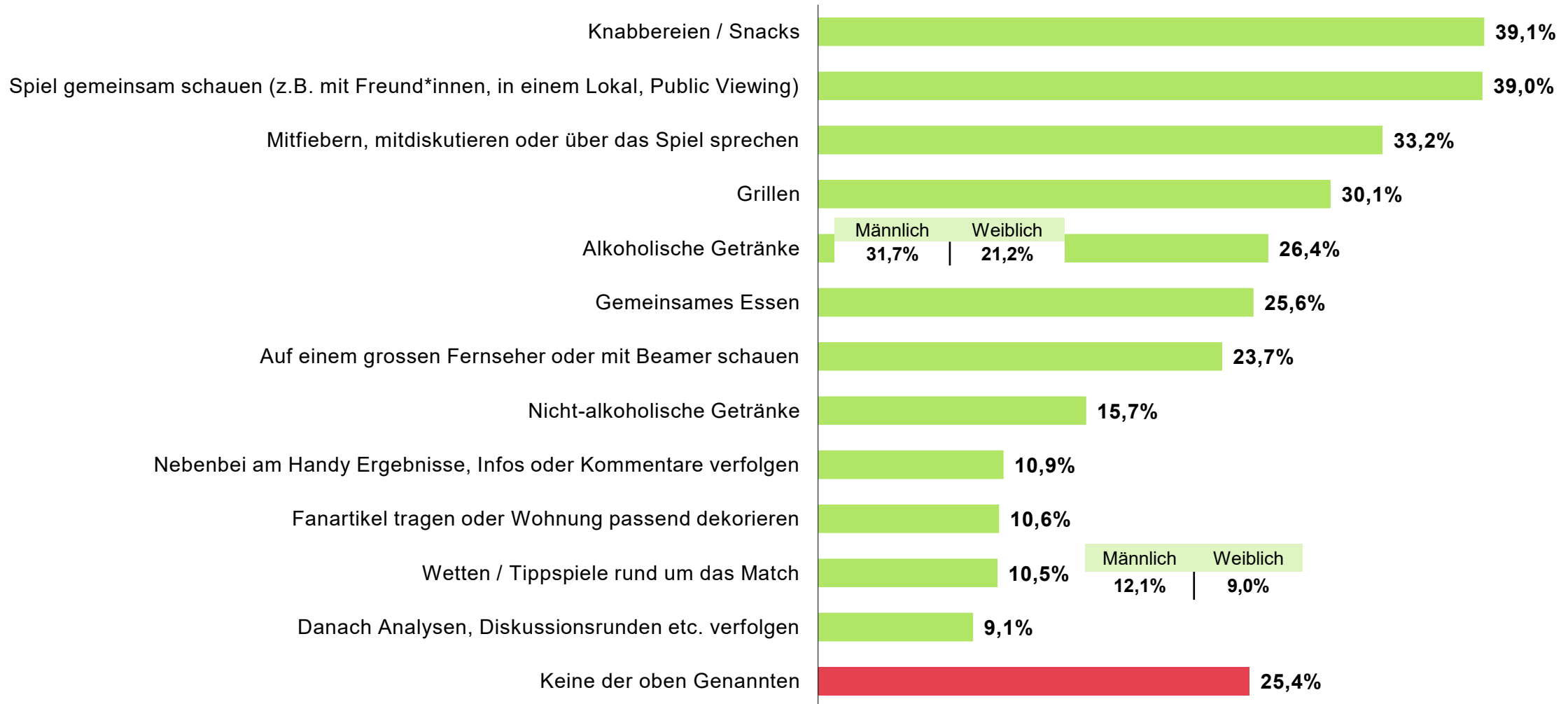
Wohnzimmer als WM-Zentrale



Bevorzugte Kanäle zum Mitverfolgen der WM

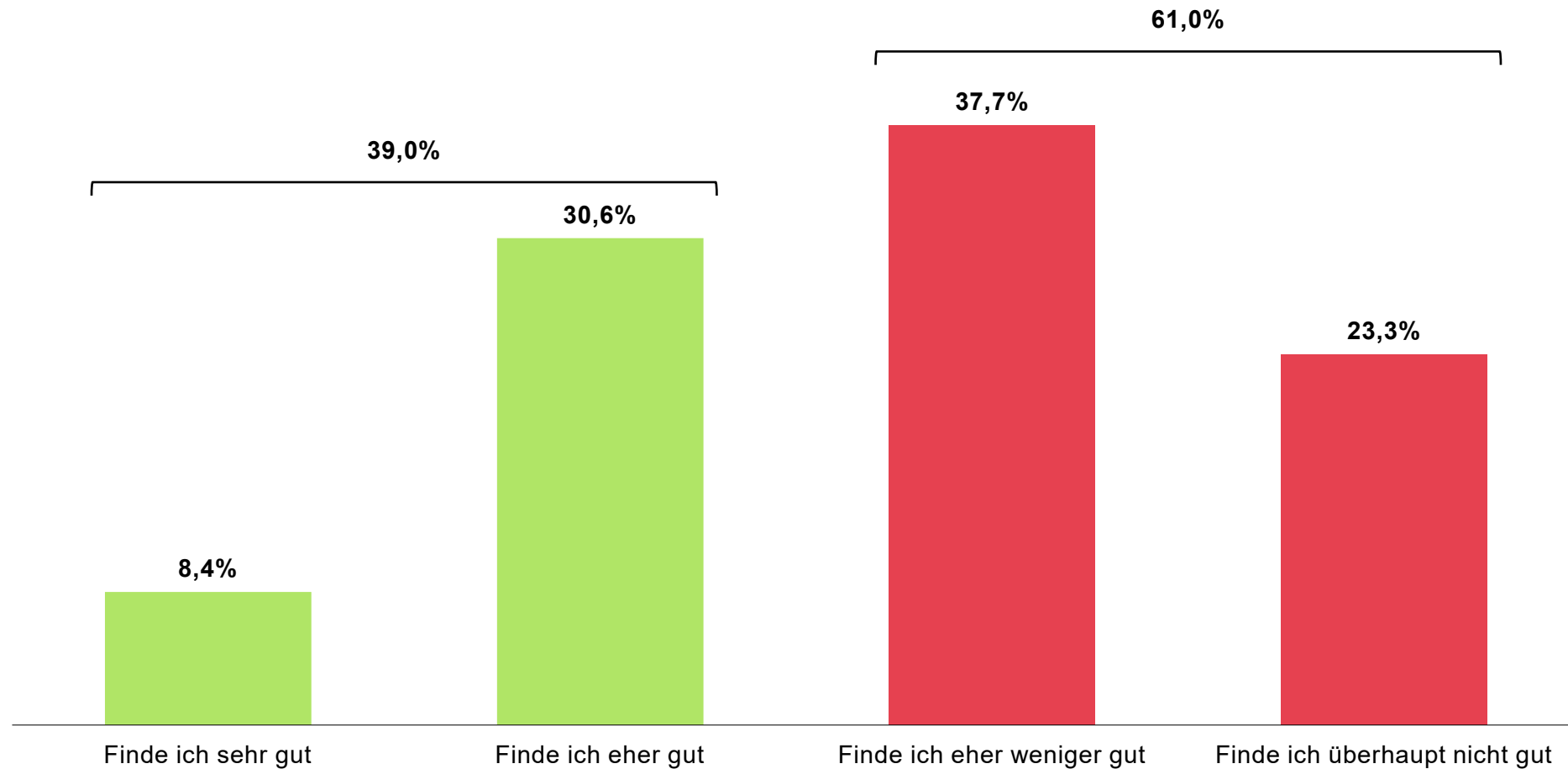


Must-haves für einen gelungenen WM-Spielabend



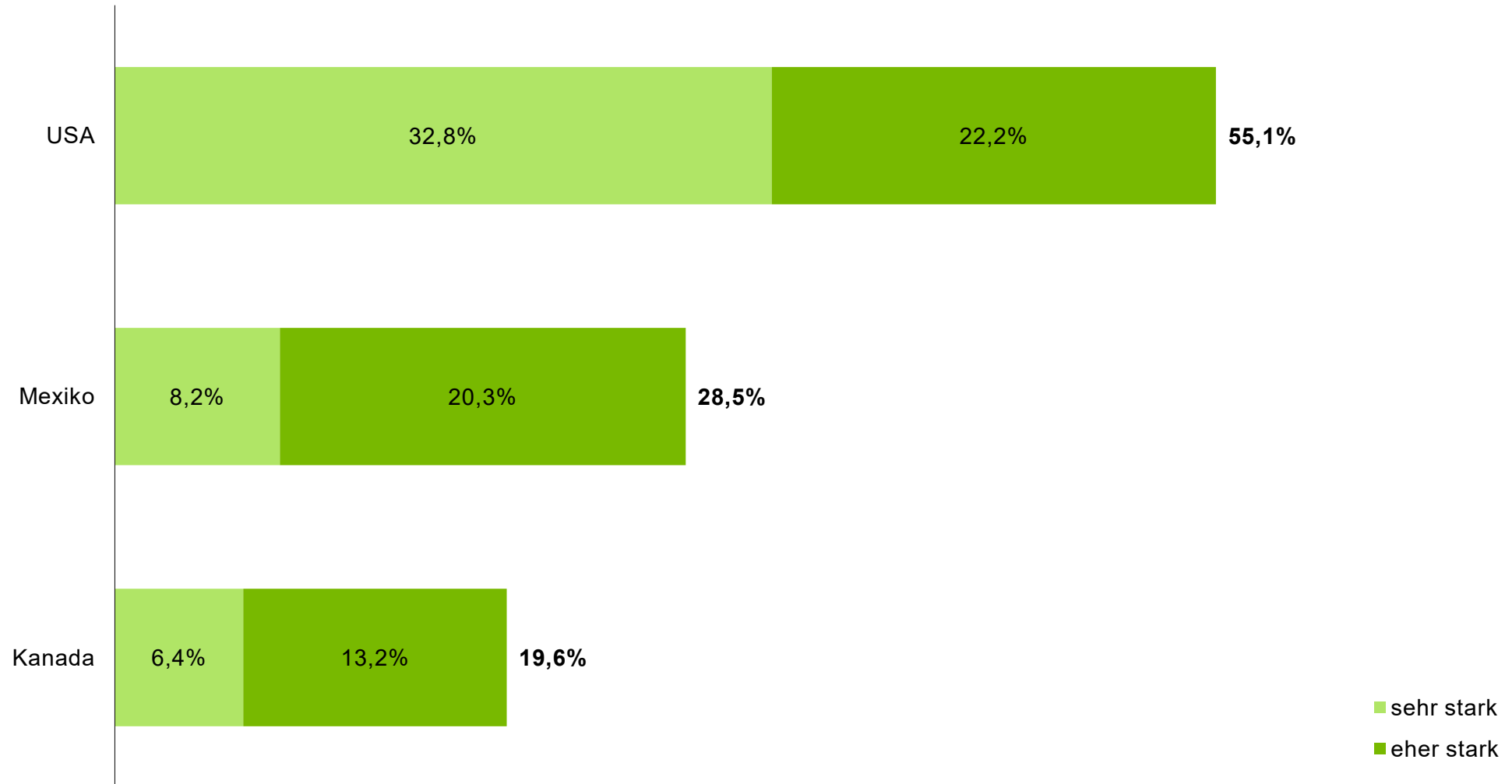
Welche der folgenden Dinge gehören für Sie zu einem typischen WM-Spielabend? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Einstellung zur Austragung der WM in Kanada, USA und Mexiko



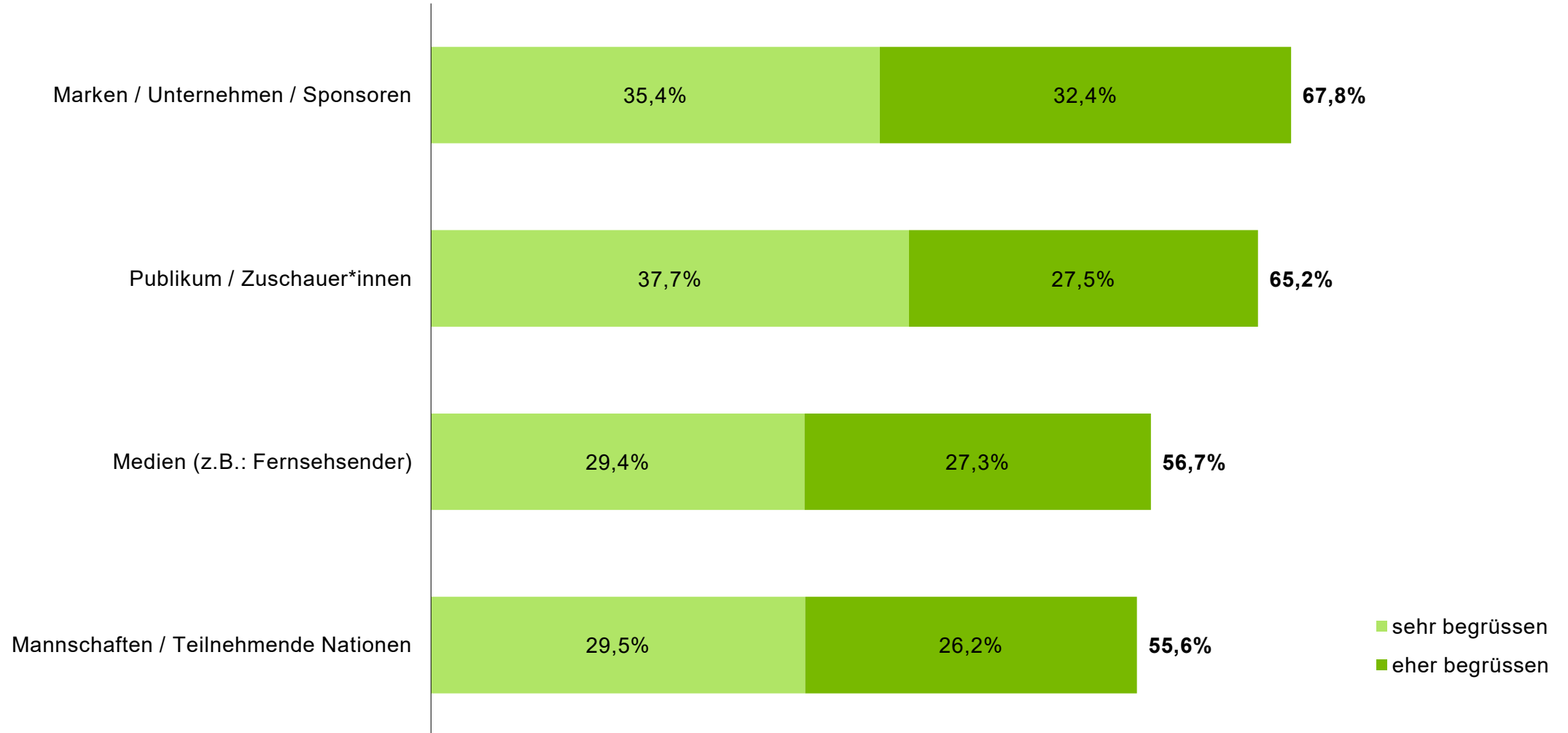
Inwieweit finden Sie es gut, dass die Fussball-WM dieses Mal in Kanada, den USA und Mexiko stattfindet? || n=1.000 ||
MW 2,2 (Skala von "4 = Finde ich sehr gut" bis "1 = Finde ich überhaupt nicht gut")

Einfluss der politischen Situation in den Gastgeberländern auf WM-Interesse



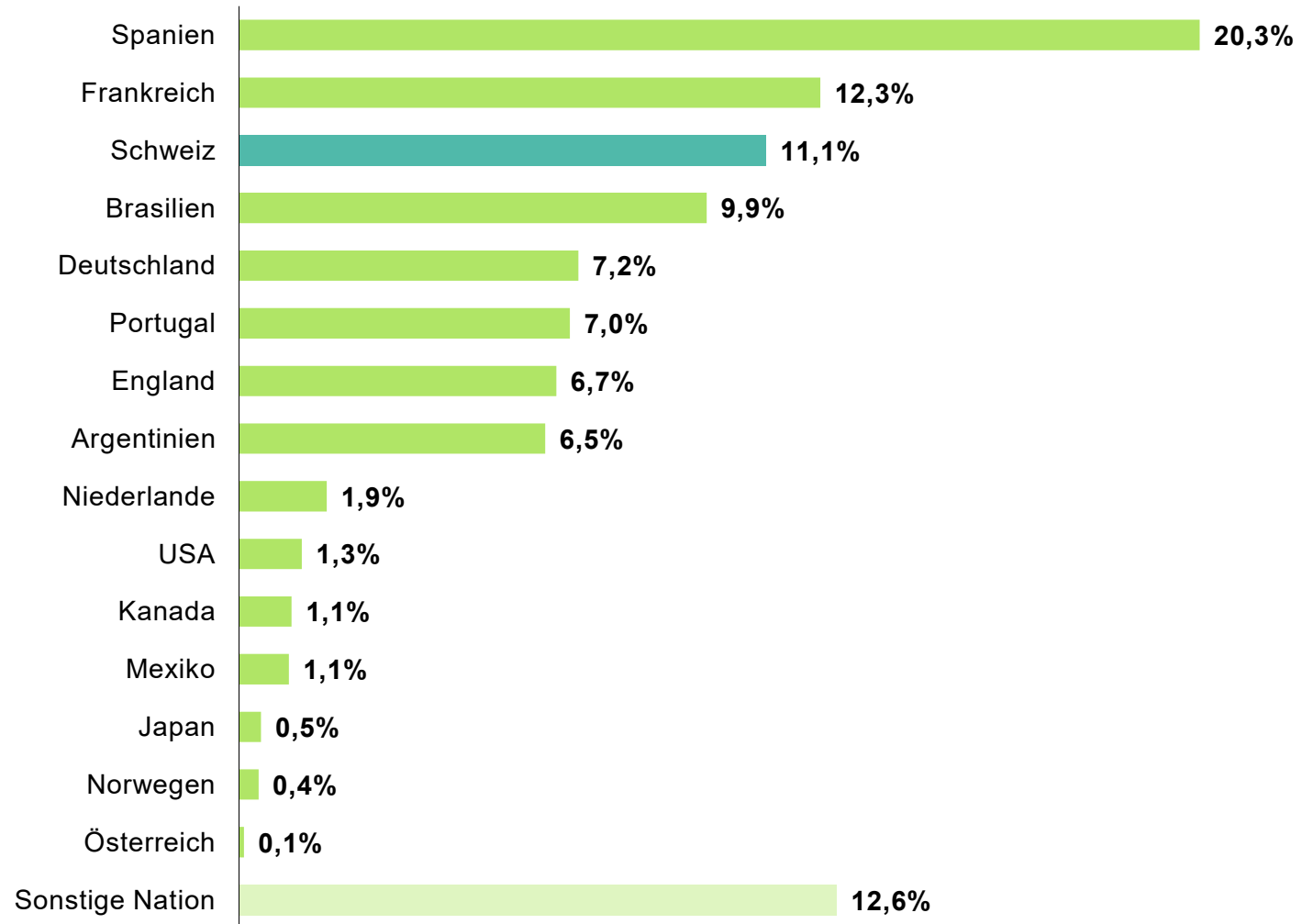
Inwieweit beeinflusst die politische Situation in den Gastgeberländern Ihr persönliches Interesse an der Fussball-WM 2026? || n=1.000 || Top-2-Box: sehr stark / eher stark

Befürwortung eines Boykotts der Fussball-WM



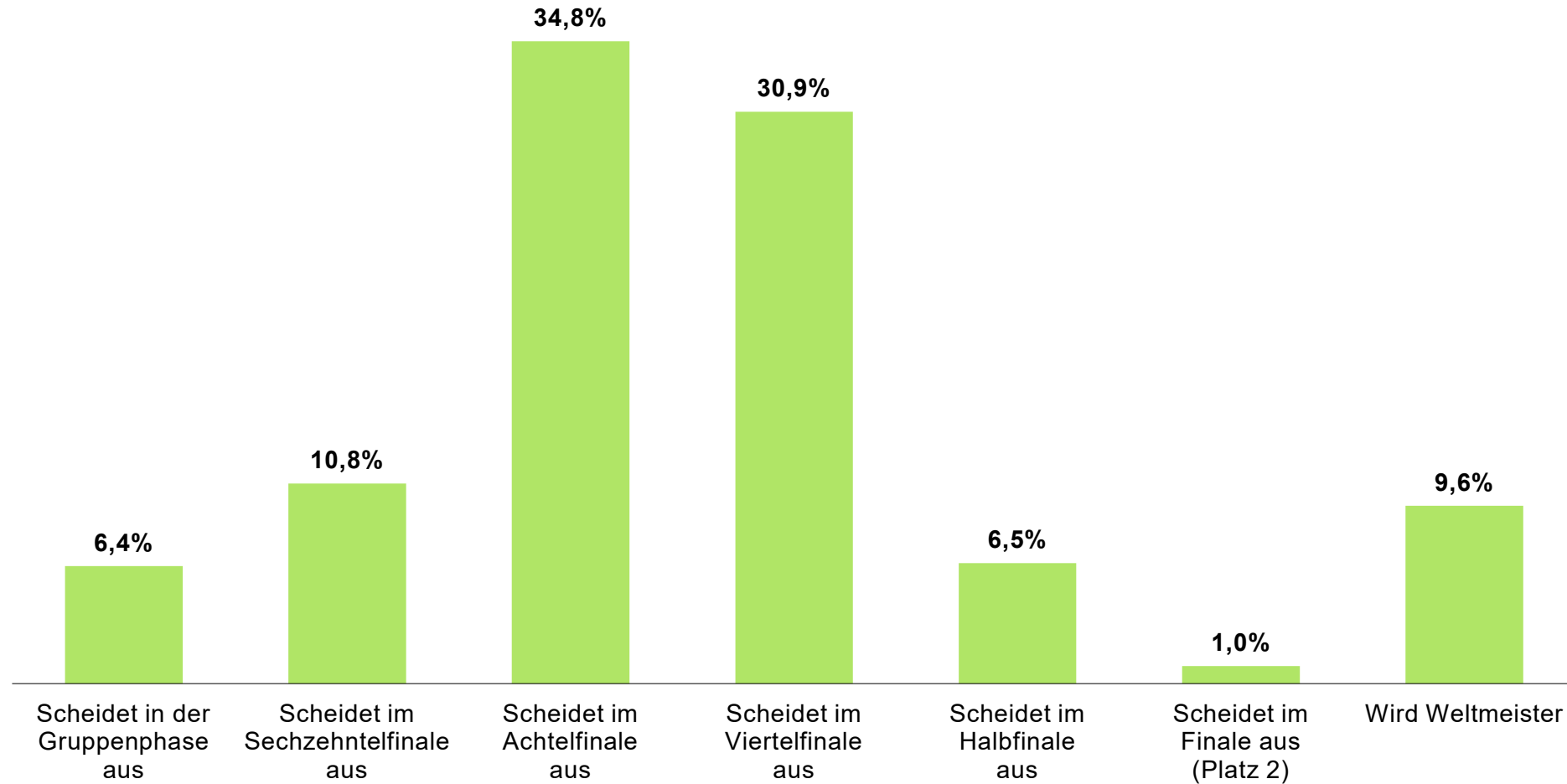
[...] Inwieweit würden Sie es begrüßen, wenn die folgenden Akteure die Fussball-WM boykottieren (z.B. nicht teilnehmen, anreisen oder unterstützen) würden? || n=1.000 ||
Top-2-Box: sehr begrüßen / eher begrüßen

Favoriten für den WM-Titel 2026



Wer wird Ihrer Meinung nach die Fussball-WM 2026 gewinnen? || n=1.000

Chancen der Schweizer Nationalmannschaft bei der WM 2026



Wie stehen Ihrer Meinung nach die Chancen für die Schweiz im Rahmen der Fussball WM 2026? || n=1.000

**professionell
schnell
individuell**

Roland Zeindler

Geschäftsführer

+41 (0)43 555 06 51

r.zeindler@marketagent.com

Mag. Andrea Berger

Research & Communications

a.berger@marketagent.com

marketagent-schweiz.ch

Market and Social
Research by

SWISS INSIGHTS

marketagent.