

**Sprachreisen: Englisch bleibt top – Französisch wieder beliebter**

Mit einem Marktanteil von 62,4% waren im Jahr 2009 Aufenthalte im englischsprachigen Raum das mit Abstand beliebteste Angebot im Schweizer Sprachreisen-Markt. Hinter Grossbritannien sind die USA neu das am zweit häufigsten gebuchte Sprachreiseziel und haben Australien überholt. Im Trend liegen eher wieder näher gelegene Destinationen. Davon profitieren konnte neben Grossbritannien auch Frankreich. Im Buchungssegment der Schüler war Französisch im letzten Jahr sogar beliebter als Englisch. Insgesamt betrachtet bleibt aber Spanisch (10,4% aller Buchungen) vor Französisch (9,2%) und damit hinter Englisch die Nummer 2 im Markt. Diese und weitere spannende Erkenntnisse zum Sprachreisemarkt hat die Jahreserhebung des offiziellen Verbands der Schweizer Sprachreiseveranstalter SALTA (Swiss Association of Language Travel) ergeben.

**Zürich, 18. Januar 2010** – Das Geschäft mit Sprachreisen ist im letzten Jahr von der Konjunkturkrise nicht ganz verschont geblieben, hat sich aber im gesamten Reisemarkt überdurchschnittlich gut gehalten. Diesen Schluss lässt die jüngste Mitgliederumfrage des offiziellen Verbands der Schweizer Sprachreiseveranstalter SALTA (Swiss Association of Language Travel) zu. Die Sprachreiseveranstalter blicken mit gemischten Gefühlen in die Zukunft. Einerseits hoffen sie, dass Unternehmen künftig noch mehr in die Fremdsprachenbildung ihrer Mitarbeitenden investieren. Andererseits ist damit zu rechnen, dass die Kunden bei der Auswahl eines Angebotes künftig preisbewusster vorgehen werden, das heisst, hinsichtlich Lage, Gruppengrösse oder Kursintensität eher Abstriche machen.

**Englisch verliert, bleibt aber die Nummer 1**

Sprachaufenthalte in englischsprachigen Destinationen bleiben top. Ihr Marktanteil betrug im letzten Jahr 62,4%. Dieser ist im Vergleich zu 2008 (68,4%) jedoch gesunken. Zugelegt haben hingegen die Nummer 2 Spanisch (10,4%) und die Nummer 3 Französisch (9,2%). Beliebter werden auch «exotische» Sprachen wie zum Beispiel Chinesisch.

**Destinationen: Näher liegt im Trend**

Bei den Sprachreisezielen hat das Top-Ziel Grossbritannien mit einem Marktanteil von 18% (Vorjahr: 16,4%) den Abstand auf die nächsten Verfolger ausgebaut. Die USA (11,8%) haben den grössten Verlierer Australien (von 14,5% im Vorjahr auf 11% runter) vom zweiten Platz verdrängt. Eine Renaissance als Sprachreiseziel feiert Frankreich, das seinen Marktanteil von 8,5% auf 9,2% steigern konnte. Diese Zahlen passen zur Aussage der meisten Sprachreiseanbieter, wonach die Kunden aufgrund der Wirtschaftslage tendenziell kürzere Sprachaufenthalte an weniger weit entfernten Zielen wählen. Die Aussage stimmt jedoch nicht im Segment Spanisch. Hier hat Südamerika (5,5%) Spanien (4,9%) als Destination überholt.

### **Mehr Business-Sprachreisen – weniger Schüler**

Die Gästestruktur auf Sprachreisen hat sich im Vergleich zum Vorjahr etwas verändert. Deutlich beliebter wurden Business-Sprachreisen, die ihren Marktanteil von 3,8% auf 4,9% gesteigert haben. Bei den Schülern ging der Wert hingegen von 8,7% auf 7,3% zurück. Kleiner geworden ist auch der Marktanteil (von 3,7% auf 3%) des Segments 50+. Die dominierende Zielgruppe für Sprachreisen sind mit 85,4% nach wie vor junge Erwachsene, häufig Schulabgänger oder Studenten.

### **Individuelle Unterkünfte werden beliebter**

Bezüglich Unterkunft wählten im letzten Jahr 68,5% der Sprachreisenden die Variante Gastfamilie. Im Jahr zuvor waren dies noch 71,4%. Beliebter geworden sind hingegen individuelle Unterkünfte wie Studios oder Appartements. 26,9% der Sprachreisenden (Vorjahr: 23,5%) haben sich für diese Variante entschieden.

### **Marktaussichten: Verhalten positiv**

Die Aussichten für die Zukunft werden von den Sprachreiseanbietern verhalten positiv eingeschätzt. Die meisten gehen davon aus, dass die Bedeutung von Fremdsprachen-Weiterbildung in der Wirtschaft weiter zunehmen wird. Sorgen bereitet hingegen die demografische Entwicklung mit immer mehr älteren Menschen. Dazu erwarten die Anbieter eine steigende Preissensibilität bei den Kunden.

An der Umfrage beteiligten sich sämtliche Mitglieder von SALTA

**Weitere Tabellen finden Sie im Anhang.**

**SALTA (Swiss Association of Language Travel Agents)** ist der offizielle Verband der Sprachreiseveranstalter in der Schweiz. Er wurde 2003 mit dem Ziel gegründet, für Konsumenten verständliche und einheitliche Qualitätsrichtlinien zu schaffen und deren Einhaltung zu prüfen. SALTA-Mitglieder gewähren ihren Kunden damit die grösstmögliche Sicherheit in Bezug auf Qualität und Seriosität ihrer Dienstleistungen und der angebotenen Sprachschulen. Für die Aufnahme eines Sprachreiseveranstalters bei SALTA ist zudem eine Mitgliedschaft beim Garantiefonds der Schweizer Reisebranche notwendig, der die Kundengelder absichert. SALTA schafft mit ihren Qualitätsrichtlinien Transparenz im Schweizer Sprachreisemarkt und geniesst dafür weltweite Anerkennung. Mitglieder von SALTA sind: Boa Lingua, Cosmolingua, Dr. Steinfels, ESL-Sprachaufenthalte, First Study, FOLLOW ME, globo-study, Interstudy, LAL Sprachreisen, Linguista, Sprachen.ch, Pro Linguis.

### **Weitere Informationen:**

---

Primus Communications GmbH

Vanessa Bay

Tel: +41 44 387 57 37 / Mobile: +41 79 800 56 77

vanessa.bay@primuscommunications.ch / www.primuscommunications.ch