



LZ Fachverlag AG
8032 Zürich
044/ 388 99 66
www.schweizertouristik.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 2'665
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 274.22
Abo-Nr.: 1078634
Seite: 109
Fläche: 12'999 mm²

ENGLAND NOCH IMMER WICHTIGSTE DESTINATION

Sprachreisen auf konstantem Niveau

Die Buchungszahlen im Schweizer Sprachreisemarkt sind 2010 gegenüber dem Vorjahr relativ konstant geblieben. Akzentuiert hat sich der Trend zu kürzeren Reisen. Davon hat vor allem England als wichtigstes Sprachreiseziel mit einem Marktanteil von 21,4% (Vorjahr: 18%) profitieren können.

Auch die USA konnten mit 15,2% (11,8%) zulegen. Dies auf Kosten von Australien und Neuseeland, die Sprachstudenten verloren haben. Insgesamt haben die englischsprachigen Destinationen mit 66,6% aller Sprachreisenden ihre Dominanz gegenüber dem Vorjahr (62,4%) ausgebaut. Dahinter hat Französisch (9,2%) beinahe zu Spanisch (9,4%) aufgeschlossen, das Marktanteile eingebüsst hat. Als wichtigste Zielgruppe ist das Segment der «Erwachsenen» (18–50 Jahre) mit 77% aller Sprachreisenden zwar nach

wie vor dominant, gegenüber dem Vorjahr (85,4%) aber gleichwohl geschrumpft.

Diese und weitere Erkenntnisse hat die Jahreserhebung des offiziellen Verbands der Schweizer Sprachreiseveranstalter SALTA (Swiss Association of Language Travel) ergeben. Der Schweizer Markt für Sprachreisen

hat sich im Jahr 2010 recht gut entwickelt und die soliden Umsätze aus dem Jahr 2009 in etwa gehalten. Für die Zukunft rechnen die Veranstalter tendenziell mit leichtem Wachstum. Die Sprachreisenden sind nach wie vor budgetbewusst und setzen eher auf kürzere Sprachaufenthalte an weniger weit entfernten Zielen.

Auch die Unternehmen haben Sprachreisen als effiziente Möglichkeit der beruflichen Weiterbildung noch nicht so richtig ins Herz geschlossen.