

## MEDIENMITTEILUNG

### **«Do you speak English?» – immer mehr sagen «Ja»**

Der Schweizer Sprachreisemarkt entwickelt sich stabil. Die Buchungszahlen sind 2011 gegenüber dem Vorjahr in etwa gleich geblieben, wie die Erhebung des offiziellen Verbands der Schweizer Sprachreiseveranstalter SALTA (Swiss Association of Language Travel) soeben ergeben hat. Diese wird jedes Jahr vorgenommen. Auffallend ist, dass sich vorherrschende Trends noch weiter verstärkt haben. Englisch hat seine Dominanz weiter ausgebaut. Nicht weniger als 68% der 2011 in der Schweiz gebuchten Sprachreisen (2010: 66,6%) haben englischsprachige Destinationen betroffen. Jede zehnte Sprachreise hatte eine Verbesserung der französischen Sprache zum Ziel. Spanisch hat in der Gunst der Sprachreisenden mit einem Marktanteil von rund 9,25% etwa gleich gut abgeschnitten wie 2010.

**Zürich, 3. Februar 2012** – Konsolidierung ist angesagt im Schweizer Sprachreisemarkt. Das Umsatzvolumen 2011 der wichtigsten Veranstalter, die im Verband SALTA (Swiss Association of Language Travel Agents) zusammengeschlossen sind, ist gegenüber dem Vorjahr ganz moderat gewachsen. Für 2012 bleiben die Anbieter optimistisch und rechnen mit einer Fortsetzung der stabilen bis leicht positiven Entwicklung. SALTA führt zwecks Analyse des Marktes jedes Jahr eine umfassende Erhebung durch. Nachfolgend eine Zusammenfassung der wichtigsten Resultate:

### **Englisch baut Spitzenposition weiter aus – Trenddestination USA**

Die Dominanz von Sprachreisen in englischsprachige Destinationen nimmt weiter zu. Mehr als zwei Drittel, nämlich 68% (Vorjahr: 66,6%) der in der Schweiz gebuchten Sprachreisen betreffen Englisch. Enorm an Popularität zugelegt haben als Sprachreiseziel die USA. Ihr Anteil ist 2011 bei 19% aller Buchungen angelangt, im Jahr 2010 waren es 15,2% und ein Jahr davor sogar lediglich 11,8%. Diese Entwicklung dürfte auch mit dem günstigen Wechselkurs zusammenhängen. Das beliebteste Sprachreiseziel der Schweizer bleibt England mit 22% aller Buchungen.

### **Spanisch konstant – Französisch mit Aufwärtstrend dank Romandie**

Hinter Englisch haben sich Französisch und Spanisch als die Nummern 2 und 3 im Sprachreisemarkt etabliert. Französisch hat dabei mit rund 10% die Nase vorn. Dies vor allem, weil mit einem Wert von 2% erstmals auch die Romandie als Sprachreiseziel von der Studie erfasst worden ist. Nach Frankreich führen 8% der Sprachreisen. Spanisch bleibt bei gut 9% (5% Südamerika, 4% Spanien). Mit 8% aller Sprachreisen dicht dahinter folgen Buchungen – vor allem aus der Romandie und aus dem Tessin – nach Deutschland, Österreich und in die Deutschschweiz, wo natürlich Deutsch gelernt wird. Noch immer auf geringem Niveau aber wachsend ist der Anteil der «exotischen» Sprachen wie Chinesisch, Arabisch oder Russisch.

### **Öfter Überbrückung als Weiterbildung im Job**

Nach wie vor eine marginale Bedeutung haben Sprachreisen als Weiterbildungsmöglichkeit für Unternehmen. Nur geschätzte 4% aller Sprachreisen werden zu diesem Zweck gebucht. Dies erklärt den mit 6,5% aller Buchungen noch immer geringen Anteil der Business-Sprachkurse. Beliebter sind Sprachreisen derweil zur Überbrückung von Perioden, zum Beispiel zwischen zwei Anstellungen oder im Rahmen eines Zwischenjahres nach der Matura oder dem Hochschul-Abschluss. Immerhin rund 8,5% aller im Jahr 2011 gebuchten Sprachreisen hatten einen derartigen Hintergrund.

### **Trends: Last-Minute-Buchungen und hohe Cambridge-Nachfrage**

Die Sprachreiseveranstalter verzeichnen eine wachsende Zahl an Online-Buchungen und stellen eine Zunahme von kurzfristigen Reservationen fest. Auch für Sprachreisen entwickelt sich mehr und mehr ein Last-Minute-Geschäft. Ferner ist die Nachfrage für Cambridge-Kurse nochmals enorm gestiegen. Nicht weniger als 46% aller Sprachreisenden streben einen entsprechenden Abschluss an. Viele Sprachschulen haben ihr Angebot an Cambridge-Diplomkursen deshalb erweitert. Auch die Nachfrage für «Computer based» Cambridge-Kurse ausserhalb der üblichen Prüfungsdaten ist zunehmend.

### **Grosses Potenzial für Business-Sprachreisen**

Eine weitere Erkenntnis der Studie ist, dass Sprachreisende nach wie vor relativ budgetbewusst sind und in der Tendenz eher auf kürzere Sprachaufenthalte setzen. Die Durchschnittsdauer pro Sprachaufenthalt ist 2011 gegenüber dem Vorjahr nochmals leicht zurückgegangen. Ein riesiges und noch weitgehend unausgeschöpftes Potenzial sehen die Veranstalter bei Business-Sprachreisen. Diese halten zurzeit nur einen bescheidenen Marktanteil von 6,5% aller gebuchten Arrangements. Vor allem die Berufsleute zwischen 40 und 50 seien eine interessante Zielgruppe, etwa für kürzere Sprachreisen zur Auffrischung ihres Business-Englisch, ist man bei SALTA überzeugt. Die Sprachreiseveranstalter hoffen, dass Unternehmen entsprechende Investitionen künftig verstärken.

An der Umfrage beteiligten sich alle Mitglieder von SALTA.

**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. Die Mitglieder von SALTA sind: Boa Lingua, Cosmolingua, Dr. Steinfels, EF, ESL-Sprachaufenthalte, FOLLOW ME, globo-study, Interstudy, Linguista, Sprachen.ch, Pro Linguis.

### **Weitere Informationen:**

---

Primus Communications GmbH

Petra Wittmann

Tel: +41 44 421 41 21 / Mobile: +41 78 919 94 90

petra.wittmann@primuscommunications.ch / [www.primuscommunications.ch](http://www.primuscommunications.ch)