

Im Frühjahr 2025 führte der Fachverband der Deutschen Sprachreise-Veranstalter und Sprachschulen – FDSV seine jährliche Marktanalyse auf Basis der Branchenzahlen seiner Outgoing-Mitglieder für das Geschäftsjahr 2024 durch. Die Erhebung und Auswertung der Daten erfolgte durch die Hochschule Heilbronn unter der Leitung von Prof. Dr. Antonio Juárez Medina und Annemarie Zacharides am Lehrstuhl für Angewandte Spanische Studien für Wirtschaft und Tourismus.

Derzeit schätzt der FDSV die Zahl der Sprachreiseanbieter in Deutschland auf 53 und geht von rund 70.000 Sprachreisenden aus Deutschland aus. An der Umfrage nahmen 15 Sprachreiseveranstalter teil, sodass die repräsentativen Ergebnisse etwa 28 % des Gesamtmarktes abbilden. Die Interpretation der Zahlen im Vergleich zum Vorjahr ist allerdings nur eingeschränkt möglich, da nicht in jedem Jahr dieselben Unternehmen an der Erhebung teilnehmen

Key Facts 2024

Im vergangenen Geschäftsjahr konnten die Mitgliedsunternehmen des FDSV ihre Teilnehmerzahlen um 17,99 % im Vergleich zum Vorjahr steigern.

Auch die Umsätze aus Sprachreiseveranstaltungen entwickelten sich positiv und stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 15,01 %. Zudem konnte der Umsatz pro Mitarbeiter:in erneut um durchschnittlich 16,06 % gesteigert werden, während die Anzahl der Mitarbeiter:innen im Schnitt um 10 % zunahm. Der FDSV führt diese Entwicklung auf eine leichte Entspannung im Fachkräftemarkt zurück.

In dem betrachteten Jahr zeigte sich ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Teilnehmendengruppen: Schülerinnen und Schüler machten durchschnittlich 50,97 % der Gesamtteilnehmenden aus, während der Anteil der Erwachsenen bei 49,03 % lag.

Eine Sprachreise dauerte im Durchschnitt gut 10 Tage und kostete 1.376 Euro, was einem Preisanstieg von 10,52 % im Vergleich zum Vorjahr entsprach.

Englisch behauptete mit 68,31 % aller gebuchten Sprachreisen weiterhin unangefochten seinen Spitzenplatz als wichtigste Zielsprache. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Wert jedoch um 2,21 Prozentpunkte leicht gesunken.

Während Englisch-Sprachreisen bei den Erwachsenen 41,50 % ausmachten, lag der Anteil bei den Jugendlichen bei 92,25 %, was einem Zuwachs von 3,81 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr entsprach.

Im Erwachsenenbereich hatte sich Spanisch mit 27,35 % (plus 0,95 Prozentpunkte) als zweitwichtigste Zielsprache vor Französisch mit 16,85 % (plus 0,64 Prozentpunkte) und Italienisch mit 8,96 % (plus 0,15 Prozentpunkte) etabliert. Das Interesse an Chinesisch war im Vergleich zum Vorjahr mit 0,21 % und Russisch mit 0,14 % auf niedrigem Niveau konstant geblieben. Alle anderen Sprachen wie Japanisch, Arabisch oder Türkisch waren um 1,16 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr auf insgesamt 1,78 % gestiegen.

Für Schülerinnen und Schüler blieb Englisch mit 92,25 % (plus 3,81 Prozentpunkte) die mit Abstand wichtigste Sprache. An zweiter Stelle folgte Spanisch mit 3,66 % (minus 0,09 Prozentpunkte), gefolgt von Französisch mit 3,34 % (minus 1,24 Prozentpunkte). Alle anderen Sprachen verzeichneten einen leichten Anstieg auf insgesamt 0,37 % (plus 0,25 Prozentpunkte) im Vergleich zum Vorjahr.

Die meisten Teilnehmenden hatten sich bei Schülersprachreisen für europäische Ziele entschieden. Die Nachfrage im Schülersegment spiegelte das Angebot an weiterführenden Schulen wider, wo in der Regel Englisch als erste Fremdsprache unterrichtet wird, gefolgt von Französisch oder Spanisch. Andere Sprachen spielten in diesem Bereich daher nur eine sehr geringe Rolle.

| Verteilung nach Sprachen | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------|-----------|---------------------------------|---------------|-----------|---------------------------------|--------------|-----------|---------------------------------|
| | Erwachsene | | | Schüler:innen | | | Gesamt | | |
| | 2024 in % | 2023 in % | Veränderung zum VJ in %-Punkten | 2024 in % | 2023 in % | Veränderung zum VJ in %-Punkten | 2024 in % | 2023 in % | Veränderung zum VJ in %-Punkten |
| Englisch | 41,50 | 44,18 | -2,68 | 92,25 | 91,44 | +3,81 | 68,31 | 70,52 | -2,21 |
| Spanisch | 27,35 | 26,40 | +0,95 | 3,66 | 3,75 | -0,09 | 14,83 | 13,72 | +1,11 |
| Portugiesisch | 3,21 | 2,60 | +0,61 | 0,30 | 0,00 | +0,30 | 1,67 | 1,23 | +0,44 |
| Französisch | 16,85 | 16,21 | +0,64 | 3,34 | 4,58 | -1,24 | 9,71 | 9,70 | +0,01 |
| Italienisch | 8,96 | 8,81 | +0,15 | 0,05 | 0,12 | +0,07 | 4,25 | 3,95 | +0,30 |
| Russisch | 0,14 | 0,21 | -0,07 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,07 | 0,11 | -0,04 |
| Chinesisch | 0,21 | 0,18 | +0,03 | 0,04 | 0,00 | +0,04 | 0,12 | 0,09 | +0,03 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------|------|------|-------|-------------|------|-------|-------------|------|-------|
| andere Sprachen | 1,78 | 0,62 | +1,16 | 0,37 | 0,12 | +0,25 | 1,04 | 0,69 | +0,35 |
|-----------------|------|------|-------|-------------|------|-------|-------------|------|-------|

Zielgebiete

Großbritannien, der Klassiker unter den englischsprachigen Zielen, hielt auch im vergangenen Jahr den Spitzenplatz unter den Destinationen und verzeichnete 45,68 % aller Sprachreise-Teilnehmenden. Gut zwei Drittel aller Jugendlichen (72,79 %) und 16,43 % aller Erwachsenen reisten nach Großbritannien. Dies bedeutete für das Vereinigte Königreich einen leichten Zuwachs der Teilnehmenden um insgesamt 0,23 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.

Malta hatte sich mit einem Anteil von 12,15 %, was erneut einem leichten Rückgang um 1,02 Prozentpunkte entsprach, auf Platz drei eingependelt. Im Bereich der Schülersprachreisen reisten 11,51 % der Teilnehmenden nach Malta – ein Minus von 1,34 Prozentpunkten. Bei den Erwachsenen blieben die Teilnehmendenzahlen mit 12,84 % im Vergleich zum Vorjahr weitgehend konstant.

Europäische Reiseziele waren auch im Jahr 2024 weiterhin sehr gefragt. Spanien rückte im Ranking auf Platz zwei vor und verzeichnete einen Anstieg um 1,68 Prozentpunkte auf 14,16 %. Frankreich blieb mit stabilen Teilnehmendenzahlen bei 9,69 %, was einem leichten Zuwachs von 0,30 Prozentpunkten entspricht. Italien erreichte 5,97 % und verzeichnete damit einen minimalen Rückgang um 0,01 Prozentpunkte. Irland hingegen verzeichnete einen Rückgang um 0,59 Prozentpunkte auf 2,62 %.

Die USA musste erneut einen leichten Rückgang der Teilnehmendenzahlen um 0,23 Prozentpunkte auf lediglich 1,21 % hinnehmen, was möglicherweise auf die Wahlen im vergangenen Jahr zurückzuführen ist. Auch die Nachfrage nach Kanada ging um 0,72 Prozentpunkte auf 1,09 % zurück. Australien (0,66 %) und Neuseeland (0,34 %) blieben auf niedrigem Niveau weitgehend stabil.

Lateinamerika erreichte einen Anteil von 2,98 % und verzeichnete damit einen leichten Anstieg um 0,31 Prozentpunkte.

Der Anteil der unter „andere Länder“ zusammengefassten Destinationen, darunter Japan, Griechenland und die Türkei, stieg um 0,14 Prozentpunkte auf 0,90 %.

Sprachcamps in Deutschland und den angrenzenden deutschsprachigen Ländern waren mit lediglich 0,76 % nach wie vor weniger gefragt und verzeichneten einen leichten Rückgang um 0,11 Prozentpunkte.

| Verteilung nach Zielgebieten | | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|---|--------------|--------------|---|--------------|--------------|---|
| | Erwachsene | | | Schüler | | | Gesamt | | |
| | 2024 in % | 2023 in % | Veränderung zum VJ in %- Punkten | 2024 in % | 2023 in % | Veränderung zum VJ in %- Punkten | 2024 in % | 2023 in % | Veränderung zum VJ in %- Punkten |
| Großbritannien | 16,43 | 17,85 | -1,42 | 72,79 | 69,91 | +2,88 | 45,68 | 45,45 | +0,23 |
| Irland | 4,41 | 5,43 | -1,02 | 0,96 | 1,23 | -0,27 | 2,62 | 3,21 | -0,59 |
| Malta | 12,84 | 13,54 | -0,70 | 11,51 | 12,58 | -1,34 | 12,15 | 13,17 | -1,02 |
| USA | 2,01 | 2,60 | -0,59 | 0,47 | 0,41 | +0,06 | 1,21 | 1,44 | -0,23 |
| Kanada | 2,10 | 3,39 | -1,29 | 0,15 | 0,41 | -0,26 | 1,09 | 1,81 | -0,72 |
| Australien | 1,37 | 1,54 | -0,17 | 0,01 | 0,02 | -0,01 | 0,66 | 0,73 | -0,07 |
| Neuseeland | 0,71 | 1,04 | -0,33 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,34 | 0,49 | -0,15 |
| Südafrika | 1,11 | 1,31 | -0,20 | 0,01 | 0,00 | +0,01 | 0,54 | 0,62 | -0,08 |
| Lateinamerika | 6,19 | 5,67 | +0,52 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,98 | 2,67 | +0,31 |
| Spanien | 22,70 | 20,42 | +2,28 | 6,24 | 5,45 | +0,79 | 14,16 | 12,48 | +1,68 |
| Portugal | 2,04 | 1,79 | +0,25 | 0,30 | 0,00 | +0,30 | 1,13 | 0,84 | +0,29 |
| Frankreich | 16,94 | 14,90 | +2,04 | 2,97 | 4,50 | -1,53 | 9,69 | 9,39 | +0,30 |
| Italien | 9,23 | 8,60 | +0,63 | 2,94 | 3,65 | -0,71 | 5,97 | 5,98 | -0,01 |
| Russland | 0,00 | 0,03 | +0,01 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,01 | -0,01 |
| China/Taiwan | 0,20 | 0,19 | +0,01 | 0,04 | 0,00 | +0,04 | 0,12 | 0,09 | +0,03 |
| deutschspr. Länder* | 0,00 | 0,23 | -0,23 | 1,47 | 1,45 | +0,02 | 0,76 | 0,87 | -0,11 |
| andere Länder | 1,72 | 1,49 | +0,23 | 0,15 | 0,12 | +0,03 | 0,90 | 0,76 | +0,14 |

* Fremdsprachige Sprach- und Lerncamps für deutschsprachige Schüler:innen innerhalb Deutschland, Österreich und Schweiz.

Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Dauer einer Sprachreise lag bei 1,55 Wochen und sank damit im Vergleich zum Vorjahr um 0,23 Wochen.

Für Fernziele wie Australien, Neuseeland oder Südafrika lag die durchschnittliche Reisedauer bei knapp drei Wochen, was einen deutlichen Rückgang im Vergleich zu den Vorjahren darstellt. Insgesamt zeichnete sich eine deutlich kürzere Aufenthaltsdauer bei den Teilnehmenden ab.

In den deutschsprachigen Ländern betrug die Aufenthaltsdauer häufig nur eine Woche. Neben der sehr jungen Zielgruppe dieser Programme trägt vor allem die kurze und unkomplizierte Anreise dazu bei, dass bereits ein einwöchiger Aufenthalt attraktiv ist.

| Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Wochen | | | |
|---|-------------|-------------|---------------------------------|
| | 2024 | 2023 | Veränderung zum VJ in %-Punkten |
| Gesamt | 1,55 | 1,78 | -0,23 |
| Großbritannien | 1,33 | 1,54 | -0,21 |
| Irland | 1,87 | 2,58 | -0,71 |
| Malta | 1,70 | 1,76 | -0,06 |
| USA | 2,64 | 2,89 | -0,25 |
| Kanada | 2,73 | 5,20 | -2,47 |
| Australien | 2,59 | 3,84 | -1,25 |
| Neuseeland | 2,23 | 4,91 | -2,68 |
| Südafrika | 2,27 | 2,58 | -0,31 |

| | | | |
|---------------------------|-------------|------|-------|
| Lateinamerika | 2,11 | 2,18 | -0,07 |
| Spanien | 1,67 | 1,72 | -0,05 |
| Portugal | 1,53 | 1,47 | +0,06 |
| Frankreich | 1,54 | 1,66 | -0,12 |
| Italien | 1,42 | 1,52 | -0,10 |
| Russland | 0,00 | 6,33 | -6,33 |
| China & Taiwan | 2,46 | 2,78 | -0,32 |
| deutschspr. Länder | 1,04 | 1,24 | -0,20 |
| andere Länder | 2,86 | 2,40 | +0,46 |

Altersgruppen

Im Betrachtungsjahr 2024 zeigte sich erneut ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Erwachsenen- und Schülersprachreisen. Mit 50,97 % lag der Anteil der Schüler:innen leicht über dem der Erwachsenen mit 49,03 %.

Der Anteil der männlichen bzw. weiblichen Teilnehmenden war bei den Jugend- ebenso wie bei den Erwachsenen-Sprachreisen sehr ausgewogen.

Im Jahr 2024 waren 41,66 % aller Teilnehmenden zwischen 14 und 17 Jahre alt – ein Anstieg um 15,87 Prozentpunkte. Der Anteil der 18- bis 30-Jährigen sank hingegen um 9,24 Prozentpunkte auf 11,60 %. Auch der Anteil der Geschäftsreisenden im Alter von 31 bis 49 Jahren ging um 15,49 Prozentpunkte auf 16,41 % zurück. Die Zielgruppe 50-plus verzeichnete mit 21,02 % einen Zuwachs von 2,82 Prozentpunkten. Zudem traten 9,31 % der 6- bis 13-Jährigen im Jahr 2024 erstmals eine Sprachreise an – ein Anstieg um 6,04 Prozentpunkte.

Damit blieb die Altersgruppe der 14- bis 17-Jährigen auch im vergangenen Jahr die größte Teilnehmendengruppe, während die 50-plus-Gruppe ebenfalls weiter zulegen konnte. Innerhalb der 14- bis 17-Jährigen entschieden sich im zurückliegenden Geschäftsjahr 1,59 % für die Teilnahme an einem Erwachsenenkurs.

| Übersicht der Altersgruppen in % | | | |
|----------------------------------|-------|-------|---------------------------------|
| | 2024 | 2023 | Veränderung zum VJ in %-Punkten |
| 6 bis 13 Jahre | 9,31 | 3,27 | +6,04 |
| 14 bis 17 Jahre | 41,66 | 25,79 | +15,87 |
| 18 bis 30 Jahre | 11,60 | 20,84 | -9,24 |
| 31 bis 49 Jahre | 16,41 | 31,90 | -15,49 |
| 50-plus Jahre | 21,02 | 18,20 | +2,82 |

Kursarten & Programmangebote

Neben den klassischen Kursformaten wie Standard-, Intensiv- und Businesskursen boten die Sprachreiseveranstalter nach wie vor eine breite Auswahl an speziellen Kursarten an.

Im Vergleich zum Vorjahr blieb das Angebot weitgehend stabil. Allerdings wurden Abitur-, Prüfungs- und Universitätsvorbereitungskurse sowie das Reiseformat Work and Travel verstärkt in die Programme der Unternehmen aufgenommen.

Darüber hinaus boten einige Unternehmen zusätzlich Programme wie Farmstay, Sprachrundreisen und High-School-Aufenthalte an.

Das Angebot an Online-Sprachkursen ging seit der Pandemie kontinuierlich zurück und wurde nur noch von 26,67 % der Sprachreise-Veranstalter angeboten.

| Angebote in Unternehmen vorhanden (% der Unternehmen) | | | |
|--|--------------|-------|---------------------------------|
| | 2024 | 2023 | Veränderung zum VJ in %-Punkten |
| Abiturvorbereitungskurse | 73,33 | 70,59 | +2,74 |
| Prüfungsvorbereitungskurse | 73,33 | 76,47 | -3,14 |
| Universitätsvorbereitungskurse | 26,67 | 17,65 | +9,02 |
| Sprachkurs mit Sport-/Kulturprogramm | 66,67 | 70,59 | -3,92 |
| Work & Travel | 20,00 | 17,65 | +2,35 |
| Freiwilligenarbeit/Volunteering | 20,00 | 23,53 | -3,53 |
| Praktikumsprogramme | 20,00 | 23,53 | -3,53 |
| 50-plus-Kurse | 80,00 | 82,35 | -2,35 |
| Internatsaufenthalte (mit Sprachkurs und Sportprogramm während der Ferien) | 35,29 | 35,29 | -1,96 |
| Familien Sprachreisen | 66,67 | 79,59 | -3,92 |
| Online-Sprachkurse | 26,67 | 35,29 | -14,51 |
| Einzelunterricht | 73,33 | 76,47 | -3,14 |
| Bildungsurlaub | 80,00 | - | - |

Reklamationsquote

Die Reklamationsquote stieg im Jahr 2024 um 0,67 Prozentpunkte auf 1,82 %.

Dennoch blieb sie erfreulich niedrig, insbesondere angesichts der komplexen Reiseleistungen einer Sprachreise. Neben den allgemeinen Reiseleistungen tragen vor allem positive Erfahrungen mit der Unterbringung in Privatunterkünften sowie die Zufriedenheit mit dem Sprachunterricht und den Lehrkräften maßgeblich zur hohen Kundenzufriedenheit bei.

Von den eingegangenen Reklamationen wurden knapp 63 % umgesetzt, was ebenfalls einer Steigerung von 0,78 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Marketing

Für die Vermarktung der Sprachreiseprodukte gaben die Unternehmen in 2024 durchschnittlich 19,40 % für die Offline-Werbung aus. Darin enthalten sind beispielsweise Druckkosten für Werbematerialien (Kataloge, Flyer), Kosten für Messeauftritte oder Anzeigenwerbung. Für die Online-Werbung gaben die befragten Unternehmen hingegen 80,60 % ihres Werbebudgets aus.

Im Durchschnitt produzierten die Anbieter 1,6 Katalogtitel, was eine Steigerung um 6,67 % im Vergleich zum Vorjahr darstellt. Die Kataloge umfassten durchschnittlich etwa 48 Seiten, was einen Anstieg um 17,30 % gegenüber dem Vorjahr bedeutet.

Trends und Ausblicke auf das Geschäftsjahr 2025

Im vergangenen Jahr konnten erfreuliche Zuwächse bei den Buchungszahlen verzeichnet werden. Auch für das laufende Jahr deuten sich stabile, positive Entwicklungen an.

Ein deutlich erkennbarer Trend zeigt, dass sich die Nachfrage verstärkt auf europäische Reiseziele konzentriert. Neben kürzeren Anreisewegen, die oft als komfortabler empfunden werden, spielt zunehmend auch das Thema Nachhaltigkeit eine Rolle. Immer mehr Teilnehmende legen Wert auf umweltbewusstes Reisen, wodurch nahegelegene Destinationen attraktiver werden. Dieser bewusste Wandel hin zu nachhaltigeren Reiseentscheidungen könnte sich langfristig auf die gesamte Branche auswirken.

Das Interesse an Angeboten in deutschsprachigen Ländern ist hingegen erneut gesunken. Es scheint, dass immer mehr Eltern ihren Kindern authentischere sprachliche Erlebnisse im Ausland ermöglichen möchten.

Die Sprachreisebranche sieht sich jedoch weiterhin mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert. Nach wie vor sorgen die Unsicherheiten rund um den Ukraine-Krieg für wirtschaftliche und geopolitische Spannungen, die sich auf das Buchungsverhalten auswirken können.

Zusätzlich belasten die gestiegenen Energiekosten die gesamte Tourismusbranche, da sie sich direkt auf Betriebskosten und Preise auswirken.

Ein weiteres bedeutendes Thema sind die deutlich gestiegenen Flugpreise, die insbesondere Fernreisen verteuern und somit die Nachfrage in diesem Segment beeinflussen. Zudem wird die globale politische Lage, insbesondere die Entwicklungen in den USA, voraussichtlich auch in diesem Jahr Auswirkungen auf das internationale Reiseverhalten haben.

Gerade bei jugendlichen Sprachreisenden spielt das Thema Sicherheit eine zentrale Rolle. Eltern wägen sorgfältig ab, ob die aktuelle Sicherheitslage eine Reise ihres Kindes zulässt. Dieses Bedürfnis nach Sicherheit erfordert eine intensive und detaillierte Beratung, die für Sprachreiseveranstalter jedoch gleichzeitig eine Chance darstellt.

Der Fachverband rechnet auch für 2025 mit stabilen Buchungszahlen und guten Umsätzen im Schüler- und Erwachsenenbereich. Die aktuelle Stimmung innerhalb der Branche zeigt eine anhaltend hohe Nachfrage nach Sprachreisen.

Vor allem Schüler:innen und Schulabgänger:innen zeigen großes Interesse an Sprachlernformaten, was auf den wachsenden Bedarf an internationaler Bildung und interkulturellen Erfahrungen hinweist. Gleichzeitig verzeichnet auch der Bereich Bildungsurlaub einen deutlichen Aufwärtstrend, da immer mehr Berufstätige ihre Sprachkenntnisse gezielt für ihre berufliche Weiterentwicklung nutzen möchten.

Insgesamt bleibt der Bedarf an Sprachweiterbildung ungebrochen hoch. Nach den Einschränkungen der vergangenen Jahre sehnen sich viele Menschen danach, nicht nur eine Sprache zu erlernen, sondern diese direkt vor Ort in ihrem natürlichen Umfeld zu erleben. Diese Entwicklung unterstreicht den hohen Stellenwert von Sprachreisen als wertvolle Bildungs- und Kulturerfahrung.