

Im Frühjahr 2026 führte der Fachverband Deutscher Sprachreise-Veranstalter und Sprachschulen (FDSV) seine jährliche Marktanalyse für das Geschäftsjahr 2025 durch. Grundlage der Untersuchung bildeten die Branchenzahlen der Outgoing-Mitglieder. Die Erhebung und Auswertung der Daten erfolgte in Zusammenarbeit mit der Hochschule Heilbronn unter der Leitung von Prof. Dr. Antonio Juárez Medina sowie Annemarie Zacharides am Lehrstuhl für Angewandte Spanische Studien für Wirtschaft und Tourismus.

Der FDSV schätzt die Zahl der Sprachreiseanbieter in Deutschland aktuell auf 29 und geht von rund 57.000 Sprachreisenden aus Deutschland aus. An der Umfrage beteiligten sich 13 Veranstalter, sodass die Ergebnisse etwa 44,83 % des Gesamtmarktes abdecken und damit als aussagekräftig gelten.

Ein direkter Vergleich mit den Vorjahresdaten ist jedoch nur eingeschränkt möglich, da die Teilnehmerstruktur der Erhebung jährlich variiert.

## **Key Facts 2025**

Im Geschäftsjahr 2025 verzeichneten die Mitgliedsunternehmen des FDSV einen deutlichen Anstieg der Teilnehmerzahlen um 44,20 % gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig ging der Gesamtumsatz um 4,63 % zurück, was auf strukturelle Veränderungen im Buchungsverhalten hindeutet.

Die durchschnittliche Dauer einer Sprachreise lag bei gut 12 Tagen. Der Durchschnittspreis sank deutlich um 33,87 % auf nur mehr 910 Euro. In diesem Preis sind in der Regel der Sprachkurs sowie die Unterkunft enthalten. Bei minderjährigen Teilnehmenden häufig auch ein Freizeitprogramm, da diese Angebote meist als Gesamtpaket gebucht werden. Der Rückgang des Durchschnittspreises lässt darauf schließen, dass insbesondere erwachsene Teilnehmende vermehrt auf die Buchung von Unterkünften über externe Plattformen ausweichen und Sprachreisen häufiger ohne Unterkunft buchen. Dies dürfte zugleich den Rückgang der Umsätze erklären.

Im Jahr 2025 überwogen mit 64,89 % deutlich die minderjährigen Sprachreisenden, während Erwachsene einen Anteil von 35,11 % ausmachten. Diese Entwicklung könnte unter anderem darauf zurückzuführen sein, dass sich die Zusammensetzung der teilnehmenden Veranstalter verändert hat und vermehrt Anbieter mit Fokus auf den Jugendreisebereich an der Erhebung beteiligt waren. In den vergangenen Jahren zeigte sich hier ein deutlich ausgewogeneres Verhältnis zwischen Schüler- und Erwachsenensprachreisen.

Englisch behauptete mit 67,88 % aller gebuchten Sprachreisen weiterhin unangefochten seine Position als wichtigste Zielsprache. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil jedoch leicht um 0,43 Prozentpunkte gesunken.

Im Erwachsenenbereich entfielen 39,56 % der Buchungen auf Englisch, was einem leichten Rückgang um 1,94 Prozentpunkten entspricht. Der Anteil im Schülersegment lag mit 87,48 % deutlich höher, allerdings ist hier ein Rückgang von 4,77 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen, was auf eine leicht steigende Bedeutung alternativer Zielsprachen insbesondere bei jüngeren Teilnehmenden schließen lässt.

Bei den Erwachsenen etablierte sich Spanisch mit 25,47 % (–1,88 Prozentpunkte) weiterhin als zweitwichtigste Zielsprache. Es folgen Französisch mit 18,59 % (+1,74 Prozentpunkte) sowie Italienisch mit 8,39 % (–0,57 Prozentpunkte). Gleichzeitig zeigen exotischere Sprachen leichte Zugewinne: Chinesisch stieg auf 1,42 % (+1,21 Prozentpunkte), Russisch auf 0,20 % (+0,06 Prozentpunkte). Weitere Sprachen wie Japanisch, Arabisch oder Türkisch legten zusammen auf 3,47 % zu (+1,69 Prozentpunkte). Insgesamt deutet dies im Erwachsenenbereich auf eine zunehmende sprachliche Diversifizierung bei weiterhin klarer Dominanz der etablierten Zielsprachen hin.

Im Schülersegment blieb Englisch mit 87,48 % (–4,77 Prozentpunkte) die mit Abstand wichtigste Zielsprache. Spanisch konnte mit 6,69 % (+3,03 Prozentpunkte) deutlich zulegen und seine Position festigen, gefolgt von Französisch mit 2,72 % (–0,62 Prozentpunkte). Alle übrigen Sprachen verzeichneten zusammen einen Anstieg auf 2,06 % (+1,69 Prozentpunkte), bleiben jedoch weiterhin von untergeordneter Bedeutung.

Die Zielgebiete im Schülerbereich konzentrierten sich überwiegend auf europäische Länder. Die Nachfrage spiegelt dabei das schulische Fremdsprachenangebot wider, in dem Englisch als erste Fremdsprache dominiert, gefolgt von Spanisch, Französisch und Italienisch. Entsprechend spielen andere Sprachen in diesem Segment bislang nur eine geringe Rolle.

Verteilung nach Sprachen									
	Erwachsene			Schüler:innen			Gesamt		
	2025 in %	2024 in %	Veränderung zum VJ in %-Punkten	2025 in %	2024 in %	Veränderung zum VJ in %-Punkten	2025 in %	2024 in %	Veränderung zum VJ in %-Punkten
<b>Englisch</b>	<b>39,56</b>	41,50	-1,94	<b>87,48</b>	92,25	-4,77	<b>67,88</b>	68,31	-0,43
<b>Spanisch</b>	<b>25,47</b>	27,35	-1,88	<b>6,69</b>	3,66	+3,03	<b>14,37</b>	14,83	-0,46
<b>Portugiesisch</b>	<b>2,88</b>	3,21	-0,33	<b>0,20</b>	0,30	-0,10	<b>1,30</b>	1,67	-0,37
<b>Französisch</b>	<b>18,59</b>	16,85	+1,74	<b>2,72</b>	3,34	-0,62	<b>9,21</b>	9,71	-0,50
<b>Italienisch</b>	<b>8,39</b>	8,96	-0,57	<b>0,05</b>	0,05	0,00	<b>3,46</b>	4,25	-0,79
<b>Russisch</b>	<b>0,20</b>	0,14	+0,06	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,08</b>	0,07	+0,01
<b>Chinesisch</b>	<b>1,42</b>	0,21	+1,21	<b>0,81</b>	0,04	+0,77	<b>1,06</b>	0,12	+0,94
<b>andere Sprachen</b>	<b>3,47</b>	1,78	+1,69	<b>2,06</b>	0,37	+1,69	<b>2,63</b>	1,04	+1,59

## Zielgebiete

Großbritannien, traditionell die wichtigste englischsprachige Destination, behauptete auch im vergangenen Jahr mit 36,89 % aller Sprachreise-Teilnehmenden den Spitzenplatz. Gleichzeitig ist ein deutlicher Rückgang um 8,79 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen. Besonders ausgeprägt zeigt sich diese Entwicklung im Schülersegment: Zwar reisten weiterhin 52,28 % der Jugendlichen nach Großbritannien, jedoch entspricht dies einem starken Rückgang von 20,51 Prozentpunkten. Auch bei den Erwachsenen sank der Anteil auf 14,59 % (-1,84 Prozentpunkte).

Malta konnte sich als zweitwichtigste englischsprachige Destination deutlich stärken und seinen Anteil um 12,81 Prozentpunkte auf 24,96 % steigern, womit sich die Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelte. Im Schülerbereich gewann Malta besonders stark an Bedeutung: 31,08 % der Teilnehmenden entschieden sich für Malta als Sprachreiseziel (+19,47 Prozentpunkte). Auch im Erwachsenenbereich ist ein Anstieg auf 16,09 % (+3,25 Prozentpunkte) zu verzeichnen.

Kanada behauptete sich erneut vor den USA, wenn auch auf niedrigem Niveau, und erreichte mit 1,00 % einen leicht rückläufigen Anteil (–0,09 Prozentpunkte). Damit liegt Kanada hinter Irland, das mit 1,77 % ebenfalls einen Rückgang um 0,85 Prozentpunkte verzeichnete. Die USA kamen auf 0,63 % (–0,58 Prozentpunkte). Diese Entwicklung dürfte unter anderem auf die aktuelle politische Lage in den USA zurückzuführen sein, die bei internationalen Teilnehmenden für Verunsicherung sorgt. Australien (0,38 %) und Neuseeland (0,13 %) blieben auf niedrigem Niveau weitgehend stabil.

Auch andere europäische Destinationen waren im Jahr 2025 weiterhin stark nachgefragt. Spanien behauptete mit 12,25 % seine führende Position unter den nicht englischsprachigen Reisezielen, verzeichnete jedoch einen Rückgang um 1,91 Prozentpunkte. Frankreich blieb mit 9,09 % weitgehend stabil, was einem leichten Rückgang um 0,60 Prozentpunkte entspricht. Italien erreichte 4,41 % und lag damit um 1,56 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert.

Lateinamerika kam auf einen Anteil von 2,60 % und verzeichnete einen leichten Rückgang um 0,38 Prozentpunkte.

Die unter „andere Länder“ zusammengefassten Destinationen, darunter Japan, Griechenland und die Türkei, konnten ihren Anteil um 0,71 Prozentpunkte auf 1,61 % steigern.

Sprachcamps in Deutschland sowie in angrenzenden deutschsprachigen Ländern gewannen ebenfalls an Bedeutung: Ihr Anteil stieg auf 2,10 %, was einem Zuwachs von 1,34 Prozentpunkten entspricht.

Verteilung nach Zielgebieten									
	Erwachsene			Schüler			Gesamt		
	2025 in %	2024 in %	Veränderung zum VJ in %- Punkten	2025 in %	2024 in %	Veränderung zum VJ in %- Punkten	2025 in %	2024 in %	Veränderung zum VJ in %- Punkten
<b>Großbritannien</b>	<b>14,59</b>	16,43	-1,84	<b>52,28</b>	72,79	-20,51	<b>36,89</b>	45,68	-8,79
<b>Irland</b>	<b>3,65</b>	4,41	-0,76	<b>0,47</b>	0,96	-0,49	<b>1,77</b>	2,62	-0,85
<b>Malta</b>	<b>16,09</b>	12,84	+3,25	<b>31,08</b>	11,51	+19,57	<b>24,96</b>	12,15	+12,81
<b>USA</b>	<b>1,33</b>	2,01	-0,68	<b>0,15</b>	0,47	-0,32	<b>0,63</b>	1,21	-0,58
<b>Kanada</b>	<b>1,76</b>	2,10	-0,34	<b>0,47</b>	0,15	+0,32	<b>1,00</b>	1,09	-0,09
<b>Australien</b>	<b>0,93</b>	1,37	-0,44	<b>0,01</b>	0,01	0,00	<b>0,38</b>	0,66	-0,28
<b>Neuseeland</b>	<b>0,33</b>	0,71	-0,38	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,13</b>	0,34	-0,21
<b>Südafrika</b>	<b>0,94</b>	1,11	-0,17	<b>0,02</b>	0,01	+0,01	<b>0,40</b>	0,54	-0,14
<b>Lateinamerika</b>	<b>6,34</b>	6,19	+0,15	<b>0,03</b>	0,00	+0,03	<b>2,60</b>	2,98	-0,38
<b>Spanien</b>	<b>19,26</b>	22,70	-3,44	<b>7,41</b>	6,24	+1,17	<b>12,25</b>	14,16	-1,91
<b>Portugal</b>	<b>1,50</b>	2,04	-0,54	<b>0,19</b>	0,30	-0,11	<b>0,72</b>	1,13	-0,41
<b>Frankreich</b>	<b>18,33</b>	16,94	+2,04	<b>2,72</b>	2,97	-0,25	<b>9,09</b>	9,69	-0,60
<b>Italien</b>	<b>8,41</b>	9,23	-0,82	<b>1,65</b>	2,94	-1,29	<b>4,41</b>	5,97	-1,56
<b>Russland</b>	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00
<b>China/Taiwan</b>	<b>1,43</b>	0,20	+1,23	<b>0,80</b>	0,04	+0,76	<b>1,06</b>	0,12	+0,94
<b>deutschspr. Länder*</b>	<b>1,37</b>	0,00	-1,37	<b>2,60</b>	1,47	+1,13	<b>2,10</b>	0,76	+1,34
<b>andere Länder</b>	<b>3,75</b>	1,72	+2,03	<b>0,13</b>	0,15	-0,02	<b>1,61</b>	0,90	+0,71

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

## Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Dauer einer Sprachreise lag bei 1,79 Wochen (12,5 Tage) und erhöhte sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 0,24 Prozentpunkte.

Bei Fernzielen wie Australien, Neuseeland oder Südafrika betrug die durchschnittliche Aufenthaltsdauer rund drei Wochen. Dies entspricht einem deutlichen Rückgang gegenüber den Vorjahren und weist insgesamt auf eine verkürzte Aufenthaltsdauer bei Fernreisen hin.

516 Teilnehmende entschieden sich für eine Sprachreise in deutschsprachige Länder, was einem Anteil von 2,17 % der Gesamtteilnehmenden entspricht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 2 Wochen. Gleichzeitig zeigt sich, dass auch einwöchige Aufenthalte in Deutschland als attraktiv wahrgenommen werden. Dies ist vor allem auf die unkomplizierte und vergleichsweise kostengünstige Anreise zurückzuführen, wobei auch Aspekte der Nachhaltigkeit zunehmend eine Rolle spielen. Insbesondere für jüngere Zielgruppen stellen diese Programme zudem einen niederschweligen und geeigneten Einstieg in das Thema Sprachreisen dar.

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Wochen			
	2025	2024	Veränderung zum VJ in %-Punkten
<b>Gesamt</b>	<b>1,79</b>	1,55	+0,24
<b>Großbritannien</b>	<b>1,32</b>	1,33	-0,01
<b>Irland</b>	<b>1,89</b>	1,87	-0,02
<b>Malta</b>	<b>2,27</b>	1,70	+0,57
<b>USA</b>	<b>2,01</b>	2,64	-0,63
<b>Kanada</b>	<b>2,63</b>	2,73	-0,10
<b>Australien</b>	<b>3,49</b>	2,59	-0,90
<b>Neuseeland</b>	<b>3,31</b>	2,23	+1,08

<b>Südafrika</b>	<b>2,10</b>	2,27	-0,17
<b>Lateinamerika</b>	<b>2,19</b>	2,11	-0,08
<b>Spanien</b>	<b>1,90</b>	1,67	+0,23
<b>Portugal</b>	<b>1,37</b>	1,53	-0,16
<b>Frankreich</b>	<b>1,73</b>	1,54	+0,19
<b>Italien</b>	<b>1,57</b>	1,42	+0,15
<b>Russland</b>	<b>0,00</b>	0,00	0,00
<b>China &amp; Taiwan</b>	<b>2,48</b>	2,46	+0,02
<b>deutschspr. Länder</b>	<b>2,21</b>	1,04	+1,17
<b>andere Länder</b>	<b>2,52</b>	2,86	-0,34

## Altersgruppen

Im Betrachtungsjahr 2025 zeigte sich eine deutliche Verschiebung im Verhältnis zwischen Erwachsenen- und Schülersprachreisen. Mit 64,89 % lag der Anteil der unter 18-Jährigen klar über dem der Erwachsenen, die lediglich 35,11 % ausmachten.

Die Altersstruktur entwickelte sich dabei unterschiedlich: Der Anteil der 14- bis 17-Jährigen sank auf 37,84 % (-3,82 Prozentpunkte). Auch bei den 18- bis 30-Jährigen war ein Rückgang auf 8,35 % (-3,25 Prozentpunkte) zu verzeichnen. Die Gruppe der 31- bis 49-Jährigen verringerte sich leicht auf 16,01 % (-0,44 Prozentpunkte). Besonders deutlich fiel der Rückgang in der Altersgruppe 50-plus aus, deren Anteil sich auf 10,75 % halbierte (-10,27 Prozentpunkte).

Demgegenüber stieg der Anteil der jüngsten Teilnehmenden im Alter von 6 bis 13 Jahren signifikant auf 27,05 % (+17,74 Prozentpunkte).

Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Sprachreisen zunehmend früher im Bildungsweg verankert werden. Eltern scheinen wieder verstärkt bereit zu sein, frühzeitig in die sprachliche Aus- und Weiterbildung ihrer Kinder zu investieren. Gleichzeitig spricht der Anstieg dieser Altersgruppe dafür, dass das Interesse an Sprachreisen auch bei jüngeren Zielgruppen wieder zunimmt.

Übersicht der Altersgruppen in %			
	2025	2024	Veränderung zum VJ in %-Punkten
6 bis 13 Jahre	<b>27,05</b>	9,31	+17,74
14 bis 17 Jahre	<b>37,84</b>	41,66	-3,82
18 bis 30 Jahre	<b>8,35</b>	11,60	-3,25
31 bis 49 Jahre	<b>16,01</b>	16,41	-0,44
50-plus Jahre	<b>10,75</b>	21,02	-10,27

## Kursarten & Programmangebote

Neben den klassischen Kursformaten wie Standard-, Intensiv- und Businesskursen boten die Sprachreiseveranstalter weiterhin eine breite Palette spezialisierter Kursangebote an.

Im Vergleich zum Vorjahr blieb das Gesamtangebot der Sprachreiseveranstalter weitgehend stabil. Gleichzeitig wurden insbesondere Abitur- und Prüfungsvorbereitungskurse, Familiensprachreisen sowie kombinierte Programme aus Sprache, Kultur und Sport verstärkt in die Portfolios aufgenommen. Auch Bildungsurlaube gewannen erneut an Bedeutung.

Darüber hinaus ergänzten einzelne Anbieter ihr Angebot um Formate wie Sprachrundreisen und High-School-Aufenthalte.

Das Angebot an Online-Sprachkursen wurde im vergangenen Jahr wieder ausgeweitet und von 61,54 % der Sprachreiseveranstalter angeboten.

Angebote in Unternehmen vorhanden (% der Unternehmen)			
	2025	2024	Veränderung zum VJ in %-Punkten
Abiturvorbereitungskurse	<b>84,62</b>	73,33	+11,29
Prüfungsvorbereitungskurse	<b>92,31</b>	73,33	+18,98
Universitätsvorbereitungskurse	<b>23,08</b>	26,67	-3,59
Sprachkurs mit Sport-/Kulturprogramm	<b>76,92</b>	66,67	+10,25
Work & Travel	<b>15,38</b>	20,00	-4,62
Freiwilligenarbeit/Volunteering	<b>15,38</b>	20,00	-4,62
Praktikumsprogramme	<b>0,00</b>	20,00	-20,00
50-plus-Kurse	<b>76,92</b>	80,00	-3,08
Internatsaufenthalte (mit Sprachkurs und Sportprogramm während der Ferien)	<b>30,77</b>	35,29	-4,52
Familien Sprachreisen	<b>69,23</b>	66,67	+2,56
Online-Sprachkurse	<b>61,54</b>	26,67	+34,87
Einzelunterricht	<b>84,62</b>	73,33	+11,29
Bildungsurlaub	<b>84,62</b>	80,00	+4,62

## Reklamationsquote

Die Reklamationsquote sank im Jahr 2025 um 1,15 Prozentpunkte auf 0,67 %.

Das entspricht einer erfreulich niedrigen Quote, 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 78 % umgesetzt, was ebenfalls einer Steigerung von 15,02 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

## **Marketing**

Für die Vermarktung ihrer Sprachreiseangebote setzten die Unternehmen im Jahr 2025 weiterhin einen klaren Schwerpunkt auf digitale Kanäle. Im Durchschnitt entfielen 82,83 % des Werbebudgets auf Online-Maßnahmen, während 17,17 % in Offline-Werbung investiert wurden. Letztere umfasst unter anderem Druckkosten für Werbematerialien wie Kataloge und Flyer, Ausgaben für Messeauftritte sowie klassische Anzeigenwerbung.

Auch bei den Printprodukten zeigt sich ein leichter Rückgang: Im Durchschnitt produzierten die Anbieter 1,5 Katalogtitel, was einem Minus von 6,25 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Der durchschnittliche Umfang lag bei rund 45 Seiten und reduzierte sich damit ebenfalls leicht um 6,59 %.

## **Trends und Ausblicke auf das Geschäftsjahr 2026**

Im vergangenen Jahr konnten die Sprachreiseveranstalter deutliche Zuwächse bei den Buchungszahlen verzeichnen. Auch für das laufende Jahr zeichnet sich insgesamt eine stabile und weiterhin positive Marktentwicklung ab.

Ein klarer Trend zeigt sich in der verstärkten Nachfrage nach europäischen Destinationen. Neben kürzeren und als komfortabler empfundenen Anreisewegen gewinnt insbesondere der Aspekt der Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung. Viele Teilnehmende entscheiden sich bewusst für nahegelegene Ziele, was mittelfristig zu einer strukturellen Verschiebung innerhalb der Branche beitragen könnte.

Parallel dazu nimmt auch das Interesse an Sprachreisen in deutschsprachige Länder wieder zu. Diese Entwicklung dürfte im Zusammenhang mit dem wachsenden Anteil der jüngsten Zielgruppe der 6- bis 13-Jährigen stehen. Die kurze und unkomplizierte Anreise wirkt sich hierbei zusätzlich begünstigend auf die Nachfrage aus.

Auf Angebotsseite reagieren die Veranstalter auf die veränderten Bedürfnisse der Teilnehmenden: Bildungsurlaube, Prüfungsvorbereitungskurse sowie kombinierte Programme aus Sprache, Kultur und Sport wurden weiter ausgebaut. Auch Familiensprachreisen und Online-Sprachkurse gewinnen zunehmend an Bedeutung.

**2026**



Die Nachfrage nach Englisch bleibt weiterhin auf hohem Niveau. Gleichzeitig ist eine stärkere Orientierung hin zu weiteren Fremdsprachen wie Spanisch, Französisch und Italienisch erkennbar, was insbesondere im Schülerbereich die schulische Sprachenfolge widerspiegelt.

Positiv entwickelt hat sich zudem die Destination Malta, die deutlich an Attraktivität gewonnen und ihre Teilnehmerzahlen im Vergleich zum Vorjahr erheblich gesteigert hat. Der US-amerikanische Markt bleibt hingegen vor dem Hintergrund aktueller politischer Rahmenbedingungen, insbesondere im Hinblick auf Einreise- und Aufenthaltsbestimmungen für Studierende, weiterhin verhalten. Kanada zeigt sich im Vergleich dazu stabil.

Trotz der insgesamt positiven Entwicklung steht die Branche weiterhin vor Herausforderungen. Geopolitische Unsicherheiten, insbesondere im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg sowie den Konflikten im Nahen Osten, können das Reiseverhalten beeinflussen. Darüber hinaus könnten steigende Energie- und Flugkosten, insbesondere im Bereich der Fernreisen, die Nachfrage zusätzlich dämpfen.

Gerade im Bereich der Schülersprachreisen spielt das Thema Sicherheit nach wie vor eine zentrale Rolle. Eltern prüfen die Rahmenbedingungen sorgfältig, bevor sie eine Reiseentscheidung treffen. Der damit verbundene erhöhte Beratungsbedarf bietet den Anbietern zugleich die Möglichkeit, sich durch Qualität und Service zu positionieren.

Insgesamt rechnet der Fachverband auch für 2026 mit stabilen Buchungszahlen und einer weiterhin hohen Nachfrage im Schüler- wie im Erwachsenenbereich. Sprachreisen bleiben damit ein wichtiger Baustein für Spracherwerb und interkulturelle Erfahrungen und bieten weiterhin stabile Entwicklungsperspektiven für die Branche.