

Im Frühjahr 2026 führte der Fachverband der Deutschen Sprachreise-Veranstalter und Sprachschulen (FDSV) seine jährliche Marktanalyse auf Basis der Branchenzahlen seiner Sprachschulmitglieder für das Geschäftsjahr 2025 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. An der Umfrage nahmen 15 FDSV-Sprachschulen in Deutschland teil.

Key Facts 2025

Die teilnehmenden Unternehmen erwirtschafteten einen Gesamtumsatz von 49.519.807 Euro, was einer durchschnittlichen Steigerung von 39,93 % entspricht. Die Teilnehmerzahl lag bei 22.623 und verzeichnete damit einen durchschnittlichen Zuwachs von 1,69 %.

Ein Sprachaufenthalt an einer deutschen Sprachschule dauerte im Jahr 2025 durchschnittlich 6,60 Wochen. Die Kosten für den Sprachkurs, teilweise in Kombination mit über die Sprachschule gebuchten Unterkünften, lagen im Durchschnitt bei 2.189 Euro, was einem Wochenpreis von rund 331 Euro entspricht.

Rund 85 % der Buchungen entfielen auf internationale Studierende, während knapp 15 % von lokal ansässigen Teilnehmenden vorgenommen wurden. Mit einem Anteil von 54,79 % überwogen die Erwachsenensprachreisen leicht gegenüber den Schülersprachreisen, die einen Anteil von 45,21 % ausmachten.

Die Altersgruppe der 14- bis 30-Jährigen stellte die größte Gruppe unter den Teilnehmenden dar. Innerhalb der 14- bis 17-Jährigen entschieden sich durchschnittlich 12,78 % für die Teilnahme an einem Erwachsenenkurs.

	2025
6 bis 13 Jahre	9,43
14 bis 17 Jahre	35,78
18 bis 30 Jahre	39,88
31 bis 49 Jahre	10,99
50-plus Jahre	3,29

Die fünf stärksten Herkunftsregionen waren Südeuropa mit 21,29 %, gefolgt von Anatolien und dem Nahen Osten mit 19,68 %, Westeuropa mit 12,86 %, Mittelamerika mit 7,28 % sowie Osteuropa mit 7,11 %.

Die längste durchschnittliche Aufenthaltsdauer wiesen Teilnehmende aus Afrika mit 13,33 Wochen auf, gefolgt von Teilnehmenden aus dem anatolischen und nahöstlichen Raum mit 12,11 Wochen sowie aus Asien mit 11,42 Wochen.

Teilnehmende aus Europa wiesen hingegen deutlich kürzere Aufenthalte auf und blieben im Durchschnitt lediglich 3,03 Wochen. Auffällig ist zudem, dass selbst Studierende aus Australien und Neuseeland trotz der großen Entfernung im Schnitt nur 3,05 Wochen in Deutschland verweilten.

Auf Länderebene zeigen sich deutliche Schwerpunkte: In Europa ragt Italien mit 27,64 % aller Teilnehmenden hervor, gefolgt von der Türkei mit 26,69 %. In Asien liegt China mit 35,22 % vorne. In Amerika entfallen auf Mexiko und die USA jeweils knapp 29 %. In Afrika weisen Tunesien mit 51,05 % sowie Marokko mit 24,89 % hohe Anteile auf. Besonders hervorzuheben ist Israel mit 75,54 %, das einen sehr hohen Anteil innerhalb seiner Region erreicht.

	Sprachreiseteilnehmende	Aufenthaltsdauer nach Herkunftsländern
	2025 in %	2025 in Wochen
China + Taiwan	5,55	8,75
Japan Korea	3,06	10,88
Restliches Asien	3,71	14,64
Anatolien + Nahost	19,68	12,11
Afrika (Nord)	3,20	14,33
Afrika (Zentral + Süd)	0,53	12,32
Australien/Neuseeland	0,75	3,05
Russland/Weißrussland	1,99	5,62

Europa (Nord)	1,43	3,26
Europa (West)	12,86	3,39
Europa (Ost)	7,11	3,54
Europa (Süd)	21,29	1,92
Nordamerika	6,21	4,99
Mittelamerika	7,28	7,77
Südamerika	5,34	4,50

Kursarten, Programmangebote und Unterkünfte

Neben den klassischen Kursformaten wie Standard-, Intensiv- und Businesskursen die Sprachschulen ein breites Spektrum an zusätzlichen Spezialkursen an. Zu den fünf am häufigsten angebotenen Kursarten zählten der Einzelunterricht, Prüfungsvorbereitungskurse, Sprachkurse mit Sport- und Kulturprogramm, Universitätsvorbereitungskurse sowie Online-Sprachkurse.

Darüber hinaus haben einige Sprachschulen ihr Angebot um Programme wie Internatsschulbesuche, vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge geförderte Integrationskurse sowie spezielle Sprachkurse zur Vorbereitung auf erforderliche Arbeits- und Aufenthaltscertifikate erweitert.

Im Bereich der Unterkünfte bieten alle teilnehmenden Sprachschulen Gastfamilienunterkünfte an. Darüber hinaus stehen Gemeinschaftswohnungen sowie Unterkünfte in eigenen Residenzen bzw. Internaten zur Verfügung. Im Erwachsenenbereich werden ergänzend teilweise auch Einzelstudios und Hotelunterkünfte angeboten bzw. nachgefragt.

Angebote in Unternehmen vorhanden (% der Unternehmen)	
	2025
Schulabschlussvorbereitungskurs	6,67
Prüfungsvorbereitungskurse	100,00
Universitätsvorbereitungskurse	73,33
Sprachkurs mit Sport-/Kulturprogramm	80,00
Work & Travel	13,33
Freiwilligenarbeit/Volunteering	6,67
Praktikumsprogramme	46,67
50-plus-Kurse	13,33
Internatsaufenthalte (mit Sprachkurs und Sportprogramm während der Ferien)	26,67
Einzelunterricht	80,00
Familiensprachreisen	13,33
Onlinesprachkurse	73,33
Sonstige	40,00

Reklamationsquote

Die Reklamationsquote lag im Jahr 2025 bei niedrigen 0,37 % und die durchgeführten Maßnahmen lagen bei 0,36 %.

Dies ist eine erfreulich niedrige Quote, insbesondere vor dem Hintergrund der komplexen Reiseleistungen im Rahmen von Sprachreisen.

Neben den allgemeinen Leistungsbestandteilen tragen vor allem positive Erfahrungen mit der Unterbringung in Privatunterkünften sowie die hohe Zufriedenheit mit dem Sprachunterricht und den Lehrkräften maßgeblich zur insgesamt hohen Kundenzufriedenheit bei.

Marketing

Für die Vermarktung der Sprachreiseprodukte gaben die Unternehmen in 2025 durchschnittlich 42,07 % ihres Werbebudgets 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 57,93 % aus.

Im Durchschnitt produzierten die Anbieter 3 Katalogtitel/Flyer, die durchschnittlich etwa 33 Seiten umfassten.

Trends und Ausblicke auf das Geschäftsjahr 2026

Im Geschäftsjahr 2025 zeigt sich eine insgesamt stabile und positive Marktentwicklung. Trotz eines moderaten Teilnehmerwachstums von 1,69 % konnten die Umsätze deutlich um 39,93 % gesteigert werden. Dies deutet auf eine zunehmende Nachfrage nach höherwertigen und längerfristigen Programmen hin.

Die Nachfrage wird weiterhin maßgeblich von jungen Zielgruppen geprägt. Rund 76 % der Teilnehmenden sind zwischen 14 und 30 Jahre alt. Gleichzeitig ist der Markt stark international ausgerichtet – rund 85 % der Teilnehmenden kommen aus dem Ausland, während knapp 15 % der Buchungen auf lokale Nachfrage entfallen.

Deutliche Unterschiede zeigen sich in der Aufenthaltsdauer: Während europäische Teilnehmende überwiegend kürzere Aufenthalte von durchschnittlich rund drei Wochen wählen, entscheiden sich Teilnehmende aus Afrika, dem Nahen Osten und Asien deutlich häufiger für längerfristige Programme. Deutschland gewinnt damit weiter an Bedeutung als Bildungsstandort für längerfristige Aufenthalte mit akademischem oder beruflichem Fokus.

Auch das Angebot entwickelt sich weiter: Universitäts- und Prüfungsvorbereitungskurse sowie berufsbezogene Sprachprogramme, Integrationskurse und Vorbereitungskurse auf Arbeits- und Aufenthaltscertifikate gewinnen zunehmend an Bedeutung. Präsenzunterricht bleibt dabei das zentrale Format, während Online-Angebote vor allem ergänzend genutzt werden.

2026



Bei der Unterkunft entscheiden sich die meisten Teilnehmenden für Gastfamilien, um möglichst authentisch in die Landeskultur einzutauchen.

Die sehr niedrige Reklamationsquote von 0,37 % unterstreicht die hohe Qualität und Kundenzufriedenheit innerhalb der Branche. Dies ist besonders bemerkenswert vor dem Hintergrund der komplexen Leistungen von Sprachreisen, bei denen insbesondere die Qualität des Unterrichts, die Kompetenz der Lehrkräfte sowie eine passende Unterkunft – häufig in Gastfamilien – entscheidend sind.

Gleichzeitig bleiben externe Faktoren wie geopolitische Unsicherheiten, Visa- und Einreisebestimmungen sowie steigende Reise- und Energiekosten weiterhin relevante Einflussgrößen.

Für 2026 wird insgesamt eine stabile bis leicht positive Entwicklung erwartet. Die Nachfrage bleibt hoch, insbesondere bei jungen Zielgruppen und internationalen Teilnehmenden mit längerfristigen Bildungszielen. Deutschland festigt damit seine Position als attraktiver Standort für Sprachlernen und internationale Bildung.