

Sprachreisen nach Asien boomen

Netflix-Serien und K-Pop Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer wollen in die fernöstliche Welt eintauchen.

«Südkoreanisch und Japanisch sind insbesondere beim jüngeren Publikum zu angesagten Fremdsprachen geworden», weiss Claudio Cesarano, CEO Media Touristik AG, zu der Marken wie Linguista Sprachaufenthalte gehören. Die Gründe liegen nahe: So wie Koreanerinnen und Koreaner an einen bestimmten See oder auf einen Berg in der Schweiz reisen wollen, seien die Schweizerinnen und Schweizer interessiert, koreanische oder japanische Filmkulissen aus Netflix-Serien zu besuchen. Auch das populäre Cos-Play und K-Pop tragen zur Beliebtheit von Fernost bei.

Kein Wunder also, gehen die Buchungszahlen für Asien durch die Decke. Südkorea und Japan machen bei Linguista Sprachaufenthalte bereits 80 Prozent aller Asien-Buchungen aus, ein mar-

kant zunehmendes Interesse gibt es für Taiwan. Den Buchungswilligen spielen dabei auch die aktuell vorteilhaften Wechselkurse in die Hände. Denn die Sprachschul-Preise blieben in den vergangenen Jahren stabil, sodass Sprachaufenthalte im Gegensatz zum Leben vor Ort tendenziell sogar günstiger wurden.

Beliebte Gastfamilien

Zudem ist auffallend für Asien: In kaum einer anderen Sprachregion sind die Buchungszahlen für Gastfamilien so hoch. Einer, der sich für ein Leben bei einer solchen entschieden hatte, ist der 24-jährige Simon Hauser. Er buchte eine Sprachreise nach Tokio mit Linguista Sprachaufenthalte. «Ich setzte mich schon länger mit der japanischen Sprache auseinander. Da ich mir trotz al-



Japanisch lernen in Tokio: Das traditionelle Kirschblütenfest.

ler Bemühungen kein wirkliches mündliches Sprachgefühl aneignen konnte, wollte ich unbedingt nach Tokio, um dort in einer Gastfamilie zu leben und eine Sprachschule zu besuchen», sagt er. Der oft erwähnte «Kulturchock» hielt sich bei ihm dank der Vorkenntnisse in Grenzen. «Tokio mit seinen zahlreichen Restaurants und endlosen Möglichkeiten für Freizeitaktivitäten zu erkunden, war super spannend. Für mich ging ein grosser Traum in Erfüllung.»

Weiterhin beliebt sind aber auch die «klassischen» Sprachen wie Englisch. In diesem Segment liegt gemäss Cesarano insbesondere Australien hoch im Kurs. Aber auch Kanada und vermehrt Südafrika gehören zu den angesagten Destinationen. Wer Spanisch lernen will, entscheidet

sich oftmals für Costa Rica, Mexiko oder Argentinien.

Kurzfristige Buchungen

Und was bringt 2025? Laut Cesarano bewegt sich der Trend hin zu kurzfristigen Buchungen. «Die Planungsphase für Sprachreisen hat abgenommen. Es kommt nicht selten vor, dass jemand einen Sprachaufenthalt von vier Wochen oder mehr erst eine Woche vor Abreise bucht.» Zu den Topzielen für 2025 gehören Destinationen wie Australien, England, Frankreich und Kanada. Doch: Die Nachfrage nach weniger bekannten Orten steigt. So geht der Trend hin zu kleineren Orten. Dann heisst es plötzlich büffeln in Sevilla statt Madrid, Bristol statt London oder Catania statt Rom. **Markus Fässler** linguista.ch