



Ein Regenwald umgibt die Casa Luna Lodge, das Hotel von Travel to Nature in Costa Rica.

Freak-Veranstalter mit Hotel

Mit einer pffrigen Online-Strategie und einem eigenen Hotel hat sich Travel to Nature eine Nische geschaffen, in der sich fast alles um Ökoreisen dreht

Tim Holzapfel

Grün, überall ist es grün. Palmen, Orchideen, Kapokbäume, Heliconias – ein ganzer Regenwald säumt dieses kleine Hotel. 36 Zimmer hat es, erbaut mit Holz aus zertifiziertem Anbau. Es wird mit Erdwärme betrieben, verfügt über ein recycelbares Kunststoffdach, und alle darin verwendeten Reinigungsmittel sind – na klar – zu 100 Prozent biologisch abbaubar. So ist das, wenn ein Ökoreiseveranstalter eine Unterkunft seiner Philosophie entsprechend errichtet und betreibt.

Travel to Nature heißt dieser Veranstalter mit Sitz in Ballrechten bei Freiburg, der im Unterholz des costa-ricanischen Regenwalds unweit des Vulkans Arenal eine eigene Herberge unterhält: die Casa Luna Lodge. Ein 1,6 Mill. US-Dollar teures Vier-Sterne-Hotel, in dem die Badener ein internationales Publikum willkommen heißen. Überwiegend Amerikaner, Spanier, Schweden Franzosen und auch Costa-Ricaner sind dort zu Gast, sagt Geschäftsführer Rainer Stoll. Nur etwa ein Drittel der Urlauber stammt aus Deutschland.

Stoll ist ein lockerer Typ, so ein in die Jahre kommender Naturbursche, den es eher zu-

fällig in die Reisebranche verschlagen hat. Das begann, als er noch für den Umwelt-Verandhändler Waschbär arbeitete. Damals kam sein Chef auf die Idee, die Bäume aufzuforschten, die für die Katalogproduktion mutmaßlich abgeholzt wurden. Gesagt, getan. 1994 war das. Die Reise, die Stoll als Assistent des Geschäftsführers organisierte, führte nach Costa Rica. Kein einmaliges Projekt.

Immer wieder betreut Stoll Projektreisen für seinen Arbeitgeber, bis er 1997 den Sprung in die Selbstständigkeit wagte. Mit der Marke Waschbär-Reisen. Ein Jahr später wird er Gründungsmitglied im Forum anders reisen. 2004 benennt er den Veranstalter in Travel to Nature um. Wegen der internationalen Ausrichtung.

Seine Kunden gewinnt er in erster Linie aus dem weltweiten Netz, wo er nicht nur mit www.travel-to-nature.de vertreten ist. Seine pffrige Strategie besteht darin, dass er sich geografisch anmutende Domain-Namen sichert wie Costa-rica.com, über die er weltweit Gäste generiert. Jeder Fünfte seiner insgesamt rund 4500 Kunden stammt aus dem Ausland. Den deutschen Markt spricht er mit Web-Adressen wie Costa-rica.de, Costa-rica.net oder Mittelamerika-reisen.de an. Stoll bezeichnet sich selbst nicht umsonst als Internet-Freak.



Veranstalter und Hotelier in einer Person: Rainer Stoll.

Für Travel to Nature ist dies der wesentliche Vertriebskanal. Das heißt aber nicht, dass der Veranstalter Reisebüros verschmäht. Nur fehlt das Geld für einen Außendienst und spezielle Reisebüro-Kataloge. Dabei ist Stoll nicht geizig, was die Provision angeht: 14 Prozent zahlt er ab fünf vermittelten Reisen. Seine Provisionsstaffel beginnt bei acht Prozent.

Reisen nach Costa Rica sind das Standbein für Rainer Stoll und seine inzwischen auf 14 Mitarbeiter gewachsene Mannschaft: Aber mittlerweile hat er auch eine Fülle anderer Ziele im Angebot. Von Ekuador über Norwegen bis Nepal und Südafrika reicht das Angebot. Einige Reisen sind allerdings Hobby-Ornithologen vorbehalten. Birdingtours heißt Stolls zweite Marke, mit der er in Kooperation mit dem Naturschutzbund Deutschland Vogelgucker anspricht.

Summa summarum verbucht er mit seinen vielfältigen Aktivitäten vier Millionen Euro Umsatz pro Jahr. Nicht gerade viel für das Wagnis, ein eigenes Hotel in Costa Rica zu unterhalten. Aber das sei ein „kalkulierbares Risiko“, meint Stoll. So kalkulierbar, dass er sich eine weitere Lodge vorstellen kann. Diesmal in Nepal, auch wenn es dort nicht so grün ist wie in Costa Rica. **fw**

Der Frosch ist das Markenzeichen des Spezialisten Travel to Nature.

