

# Die Kunst des Reisens

by [Larissa Lenze](#)

21. September 2022



Unter dem Motto *Reisen fernab der Massen* bieten Thomas Kötting und sein Team von **France Naturelle** Reisen durch einige der schönsten Regionen Frankreichs an.

Mit selbstgeschriebenen Handbüchern, ausgesuchten Gastgeberfamilien und einzigartigen Aktivitäten vor Ort repräsentiert das kleine Reiseunternehmen eine Gegenbewegung zu „Fomo“, „Bucketlists“ und „Insta-Travel“ und bringt Ruhe und Genuss zurück in die Kultur des Unterwegsseins.

Ich durfte das Team in seinem gerade neu bezogenen Unternehmenssitz in Rösrath besuchen, mit Thomas über nachhaltiges Unternehmertum und die Essenz des Reisens sprechen und lernen, dass wirklich gute Produkte kein großes Marketingbudget brauchen, um erfolgreich zu sein.

## **Reisen fernab der Massen**

Thomas Kötting arbeitete in einem französischen Konzern als seine Kollegen ihm zeigten, wie man in Frankreich die Wochenenden verbringt. In sogenannten „Chambre d’hôtes“, privat geführten Unterkünften, die man wohl am ehesten mit englischen „Bed & Breakfasts“ vergleichen kann, schließt er enge Freundschaften mit Gastgeberfamilien und erfährt tiefe Einblicke in das französische *Savoir-Vivre*.

**Thomas:** Ich fand diese persönliche Art des Reisens unglaublich faszinierend. Plötzlich waren wir so tief in das Land eingetaucht, wie es uns kein Hotel oder Ferienhaus hätte ermöglichen können. Abends wurden wir von den Gastgebern bekocht, haben gemeinsam an Familientischen gegessen und uns mit Reisenden aus der ganzen Welt morgens beim Frühstück ausgetauscht. Das waren sehr besondere Erlebnisse, die ich unbedingt auch anderen Menschen zugänglich machen wollte.



### **Was hat Dich dann letztendlich zur Gründung von France Naturelle inspiriert?**

**Thomas:** Die Idee keimte nach meinen „Chambre d’hôtes-Erfahrungen“ schon relativ lange in mir, aber tatsächlich gab es ein Schlüsselerlebnis auf einer privaten Urlaubs-Reise durch Italien. Weil wir es aus Frankreich so kannten, haben wir nur kleine Privatunterkünfte ausgewählt und uns vorgenommen, Geheimtipps bei den Einheimischen zu suchen. Wir haben alles über das Internet gebucht und waren uns sicher, vor Ort schon die richtigen Infos zu bekommen. Am Ende war es ein echter Horrorurlaub. Wir tappten von einer Touristenfalle in die nächste und unsere Unterkünfte und Gastgeberinnen waren ganz anders, als online dargestellt. Nach dieser Erfahrung war mir klar, dass ich mein Wissen und meine Leidenschaft für Frankreich zum Beruf machen muss. Und so habe ich parallel zu meiner Festanstellung France Naturelle gegründet. Damals noch eine Mischung aus Hobby und Hirngespinnst.

### **Wie hast Du Deine Vision schließlich in die Tat umgesetzt?**

**Thomas:** Nachdem 2003 die Idee entstanden ist, habe ich noch im selben Jahr damit begonnen, Tipps und Unterkünfte für unser erstes Reiseangebot zu suchen. 2005 schickten wir mit France Naturelle dann unsere ersten Kunden ins Burgund, und nach dem Aufbau unserer Website kamen 2006 so viele Anfragen rein, dass ich bei meinem damaligen Arbeitgeber ein Sabbatjahr einreichte, um direkt eine weitere Reise ins Loiretal zu entwickeln. Als dann die Buchungen für das Folgejahr reinkamen, habe ich meinen ganzen Mut zusammengenommen und meinem damaligen Chef gesagt, dass ich nicht mehr zurückkomme würde.

### **Und gab es auch Rückschläge?**

**Thomas:** Rückschläge nicht wirklich. Aber gleich zu Anfang einen echten Dämpfer, der mich zuerst etwas entmutigt hat. Als meine Ideen noch ganz frisch waren, habe ich mit jemandem aus der Reisebranche gesprochen, und mein Konzept ganz begeistert mit ihm geteilt. Milde lächelnd hat er mich für etwas naiv erklärt und mir gesagt, dass ich keine Ahnung hätte, wie das Tourismus-Business läuft. So aufwendig und idealistisch, wie ich mir das vorstelle, funktioniert das nicht. Er sagte, niemand würde mehrmals im Jahr nach Frankreich fahren, um dort Unterkünfte, Restaurants oder Winzerinnen inkognito zu testen. Auch Autotouren, Wanderungen oder Radtouren brauche man nicht selber auszuarbeiten. All das gäbe es schon und man müsse es nur kopieren oder als vorgefertigte Reisebausteine auf Tourismusbörsen einkaufen. Alles selber zu machen wäre betriebswirtschaftlich unsinnig.

Heute bin ich sehr froh, dass ich meinen Weg weiterverfolgt und an unserer intensiven und persönlichen Recherche festgehalten habe. Da unser Vorgehen sehr zeitaufwendig ist, brauchen wir etwa zwei Jahre, um uns in eine neue Region zu entwickeln. Da ist viel trial and error dabei, vor allem, weil wir bei unserem Reiseführer ohne jegliche Provision arbeiten, um komplett unabhängig darin zu bleiben, was wir empfehlen. Aber am Ende zahlt es sich aus, weil unsere Kunden genau das suchen und eben keinen 0815-Urlaub von der Stange möchten.



**Heute bietet Ihr Reisen in 4 Regionen in Frankreich an: Burgund, Loire, Provence und Bretagne. Wird sich Euer Angebot denn in der nächsten Zeit noch auf weitere Teile des Landes ausdehnen?**

**Thomas:** Als Unternehmer habe ich eine klare Vision für France Naturelle und die ist in erster Linie Freude an dem gemeinsamen Projekt. Ich möchte, dass es mir und meinen Mitarbeiterinnen gut geht, dass wir Spaß bei der Arbeit haben, Herausforderungen, an denen wir wachsen können und eine gute Work-Life-Balance. Und das spüren auch unsere Kunden im Kontakt mit uns.

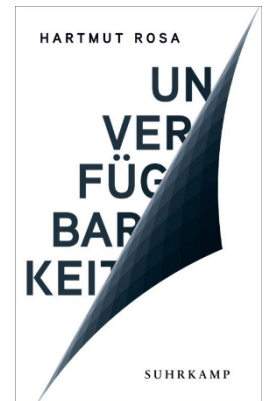
Wie die gesamte Reisebranche hatten wir eine anstrengende Zeit während der Pandemie. Viele Unternehmen mussten reihenweise Mitarbeiter entlassen. Wir haben währenddessen sogar eine neue Stelle schaffen können, weil wir trotz der Krise weiterhin auf Qualität und ein nachhaltiges Unternehmenskonzept gesetzt haben. Heute ist die Nachfrage nach Reisen wieder wahnsinnig groß. Da bei den meisten Anbietern die abgebauten Stellen aber nicht nachbesetzt wurden, sind viele Kundinnen unzufrieden und bestehende Mitarbeiter brennen immer mehr aus. Daher bin ich sehr froh, dass wir stets langfristig gedacht haben, auch wenn das damals wirtschaftlich enorm schwierig war.

Aktuell haben wir sicherlich fünfmal so viel Nachfrage, wie wir bedienen können. Aber dennoch möchten wir klein bleiben und uns nicht von Profitgier leiten lassen. Wir können gut von unserem Angebot leben und müssen nicht zwangsläufig wachsen. Für mich steht an erster Stelle, dass wir unserer Philosophie treu bleiben. Daher ist qualitatives Wachstum für

mich stets wichtiger als quantitatives Wachstum. Wenn wir uns nach der Pandemie vollständig erholt und Lust auf „mehr Frankreich“ haben, widmen wir uns der nächsten Region, die wir dann vielleicht in etwa 2-3 Jahren als neue Reise anbieten werden.

### **Was sollten Reisende in Frankreich erleben, egal in welcher Region sie sich aufhalten?**

**Thomas:** Ganz klar: Sie sollten mit den Franzosen und Französischen in Kontakt kommen. Ich lese gerade das Buch „Unverfügbarkeit“ von Hartmut Rosa. Er spricht davon, wie wir Menschen heute versuchen, uns die Welt anzueignen und alles mit Geld kaufen wollen, sogar das Urlaubsvergnügen. Ich denke hier beispielsweise an die Safari mit der Garantie, den Tiger zu sehen. Den obligatorischen Sonnenuntergang am Meer. Durch dieses Verhalten tauschen wir laut Rosa unseren ursprünglichen Wunsch nach Beziehungen durch den Wunsch nach Objekten oder Erlebnissen aus.



Das, was uns aber am Reisen bereichert, die Beziehung und das in Resonanz treten mit der Umgebung, kann ich als Reiseanbieter weder verkaufen noch garantieren. Ich kann allerdings die bestmöglichen Voraussetzungen dafür schaffen, indem ich beispielsweise die richtigen Winzerinnen und Gastgeber aussuche. Es gibt so viele tolle Erlebnisse, die Menschen auf unseren Reisen haben. Das passiert allerdings nur, wenn sie offen und erwartungsfrei in den Austausch mit anderen und der Umgebung treten. Offen zu sein für Begegnungen und mit der Welt in Resonanz treten, das ist es, was wirklich glücklich macht.

Ein gutes Beispiel haben wir vor ein paar Jahren erlebt. Während des Aufenthalts eines Kundenpaares war eine Gastgeberin von uns nicht sehr präsent und hatte wenig Zeit für die beiden, da gerade Weinernte war und sie den ganzen Tag im Weinberg verbrachte. Nun hätten die beiden sich bei uns beschweren können. Stattdessen haben sie kurzerhand ihren Tagesplan über den Haufen geworfen, sind mit der Gastgeberin in den Weinberg gegangen und haben Trauben gelesen. Einen so intensiven und schönen Kontakt, inklusive Erntehelferfest am Abend, hätten sie nie auf einer typischen Reise erlebt.

### **Was für eine schöne Geschichte! Was denkst Du, können die Deutschen vom französischen „Savoir-Vivre“ lernen?**

**Thomas:** Bei der Frage muss ich an den Spruch denken „Die Deutschen lieben die Franzosen, sie respektieren sie aber nicht. Die Franzosen respektieren die Deutschen, sie lieben sie aber nicht.“ Das ist ein bisschen auf die Spitze getrieben, aber da ist was Wahres dran. In Frankreich zählen Familie, Freundschaft und Gemeinschaft mehr als in Deutschland. Wenn man zusammen ist, vergisst man alles um sich herum. Dann ist das nächste Meeting im Zweifel egal. Dieses Miteinander ist der Kern des Savoir-Vivre und da können wir uns sicher viel abgucken. Es geht darum, sich im Moment verlieren zu können.

### **Eine Einstellung, die sicher auch unsere Art zu reisen positiv beeinflussen würde. Seht Ihr hier Veränderungen in den letzten Jahren?**

**Thomas:** Absolut. Wir sehen Veränderungen im Reiseverhalten gerade dann, wenn Menschen bei uns buchen, die eigentlich eine andere Art des Reisens bevorzugen. Während Corona ist das leider häufiger vorgekommen. Wir hatten Gäste, die eigentlich nach All-Inclusive-Urlaube gesucht haben. Da es diese Form des Reisens während der Pandemie

aber nicht gab, haben sie bei uns gebucht, ohne sich genau anzusehen, was wir eigentlich anbieten. Manche haben unsere Reiseunterlagen nicht einmal ausgepackt.

Einige von ihnen sind mit der Einstellung in die Unterkünfte gefahren „Der Kunde ist König, mir gehört die Welt.“ Ich glaube das kommt auch daher, dass viele Reisende eine neue Macht für sich entdeckt haben – durch die Möglichkeit, Unterkünfte zu bewerten. Viele nutzen diese Macht als Drohung, um immer noch etwas mehr zu bekommen. Was ist das für eine Art, auf Menschen zuzugehen und eine schöne Zeit zu verbringen? Wie sollen so echte Beziehungen entstehen? Mit diesem Anspruchsdenken machen sich in meinen Augen viele ihren Urlaub selbst kaputt.

### **Was hebt Euch mit France Naturelle von anderen Reiseanbietern ab?**



**Thomas:** Wahrscheinlich ist es die Mischung aus Leidenschaft und Liebe zum Detail. Es gibt Anbieterinnen von Frankreichreisen, deren Mitarbeiter noch nie in Frankreich waren. Oder andere, die Unterkünfte aus der Ferne per eMail „akquirieren“. Wir dagegen haben zu unseren Gastgeberinnen eine enge, oft freundschaftliche Beziehung.

In „unseren“ Regionen kennen wir jeden Stein beim Vornamen, wie ein Gastgeber einmal sagte. Das geht so weit, dass sie teilweise uns nach Tipps in ihrer eigenen Region fragen. Genau diese Neugier nach Neuem und das akribische Ausarbeiten dieser Tipps ist uns unglaublich wichtig.

### **Beeinflusst FOMO (fear of missing out) Deiner Erfahrung nach das Reiseverhalten der Menschen?**

**Thomas:** Leider ja. Deswegen arbeiten wir bewusst daran, unseren Kundinnen einen ganz zentralen Wert mit auf die Reise zu geben: Weniger ist mehr. Sie sollen den Mut haben, nein zu sagen. Insbesondere zu den wenig authentischen, überfüllten Highlights des Massentourismus – obwohl jeder herkömmliche Reiseführer das empfiehlt. In unseren Augen ist das einer der Grundsteine für einen gelungenen Urlaub. Wir telefonieren mit jedem Kunden kurz vor der Reise noch einmal, um Fragen und Erwartungen abzusprechen. Ein typischer Ratschlag von uns wäre beispielsweise, anstatt an einem Tag drei Schlösser an der Loire anzuschauen, lieber eines auszuwählen, sich einen Picknickkorb voll schöner Dinge zu füllen und bei einer Flasche Wein das Schloss vom Park aus auf sich wirken zu lassen. Ich bin mir sicher, dass sich Reisende noch Jahre später an diesen Moment erinnern werden. Die drei Schlösser wären dagegen wahrscheinlich nur Daten im Fotoalbum des Smartphones.

### **Was bedeutet für Dich nachhaltig zu reisen?**

**Thomas:** Zwei der wichtigsten Motivationen hinter France Naturelle sind für mich die deutsch-französische Freundschaft und das Völkerverständnis in Europa. Ich beobachte immer mehr, dass Austauschprogramme in Schulen gestrichen werden und Französisch durch wirtschaftlich rentablere Sprachen wie Chinesisch ersetzt wird. Wenn ich Menschen miteinander verbinde, ist das für mich nachhaltig und zwar im Sinne von langfristigem Frieden in Europa. Eines unserer nächsten Projekte ist deshalb die finanzielle Unterstützung von diesen Austauschprogrammen für Schülerinnen, beispielsweise mit freiwilligen Spendenbeiträgen zur Aufrechterhaltung der Projekte. Wir haben einen Newsletter-Verteiler mit vielen Menschen, die Frankreich lieben. Diese Reichweite möchten wir in Zukunft nutzen, um etwas Gutes zu tun und wichtige Werte für kommende Generationen zu erhalten.

Nachhaltigkeit im Sinne eines klimabewussten Reisens und Arbeitens ist für uns ohnehin selbstverständlich.

**Was für eine tolle Idee! Gibt es auch etwas, das Reisende in Deinen Augen bedenken sollten, bevor sie sich für ein Ziel entscheiden?**

**Thomas:** Ich habe das Gefühl, manche Reisende treffen gar keine bewussten Entscheidungen mehr. Die Entscheidungen werden dagegen für sie getroffen, z. B. über Trends oder Bilder auf Instagram. Manchmal kommt es mir vor, als beschäftigen sich viele Menschen gar nicht mehr mit ihren Reisezielen, weil es einfach darum geht, etwas gemacht zu haben und dann von einer Liste abhaken zu können. Stattdessen sollten wir uns lieber Dokumentationen und Reportagen anschauen und uns ehrlich fragen, ob und vielleicht auch warum wir einen bestimmten Ort gerne besuchen würden.



**Was ist das Schönste, das man von einer Reise mit nach Hause bringen kann?**

**Thomas:** Eine Erinnerung. Und die entsteht über intensive Momente, nicht durch möglichst viele Erlebnisse. Eine richtig schöne Erinnerung behält man das ganze Leben. Momente die uns tief bewegen, Erfahrungen, die wir mit Ruhe und Muße vor Ort machen. Für uns gilt deshalb „tiefer, langsamer, näher“ statt „schneller, höher, weiter“. Das geht gegen den Trend unserer Zeit, ist aber in unseren Augen die Essenz von Zufriedenheit und Glücklichein.

**Was war das schönste Feedback, was Du von einem Kunden oder einer Kundin bisher erhalten hast?**

**Thomas:** Mein schönstes Feedback kam von dem Geschäftsführer eines großen Deutschen Mittelstandsunternehmens. Ich habe ihn zufällig während einer unserer Touren durch das Loire-Tal getroffen und er sagte zu mir: „Weißt Du Thomas, was an Euren Reisen so einzigartig ist?! Ich weiß, dass Ihr viele Reisende nach Frankreich schickt. Aber du gibst mir das Gefühl, dass ich Dein einziger Kunde bin!“ Das hat mich sehr berührt.

**Vielen Dank Thomas, für diese spannenden Einsichten in die Reisebranche! Ich wünsche Dir und Deinem Team weiterhin viel Erfolg mit France Naturelle und hoffe, dass Ihr noch viele Menschen von Eurer wunderschönen Art zu reisen begeistern könnt.**

Wenn Ihr mehr über France Naturelle erfahren oder vielleicht sogar eine Reise mit Thomas und seinem Team erleben möchtet, folgt den Frankreich-Experten auf [Instagram](#) oder besucht Ihre [Website](#).