

„Ein Zuhause in einer fremden Stadt“



Mr. Lodge, Immobilienmakler für Wohnobjekte und Anbieter von möbliertem Wohnen auf Zeit in und um München, Tegernsee und Oberland, erweitert sein Service-Angebot. Bereits 20 Sprachen deckt das Unternehmen von CEO Norbert Verbücheln ab, nun kommt dank zunehmendem Interesse noch Chinesisch dazu. Um die Sprachbarrieren von Anfang an möglichst gering zu halten, wurde auch die gesamte Homepage in die chinesische Sprache übersetzt.

Herr Verbücheln, Sie bieten seit Juli Ihren Beratungs-Service auf Chinesisch an. Wird München das nächste Mekka für Expats?

» Ob München ein Mekka wird, können wir nicht sagen. Fest steht allerdings, dass München bereits heute ein bedeutender Wirtschaftsstandort in Deutschland und Europa mit großer Strahlkraft ist. Die Stadt zieht aufgrund ihrer starken Wirtschaftssektoren und als bedeutender Forschungs- und Innovationsstandort Menschen aus der ganzen Welt an, um hier zu leben und zu arbeiten. Legt man für die Attraktivität Münchens bei Expats das Expat City Ranking 2022 des Münchner Unternehmens InterNations zugrunde, kann man feststellen, dass München an erster Stelle in Bezug auf die „Sicherheit des Arbeitsplatzes“ steht. Von allen deutschen Städten bietet München die besten Karriereaussichten. Auch in der Kategorie Arbeit und Freizeit schneidet München unter den fünf deutschen Städten des Rankings am besten ab.

Mr. Lodge betreut seit vielen Jahren internationale Fachkräfte. Nun haben wir unser Service-Angebot für chinesische Kunden erweitert. Damit bauen wir unseren internationalen Ansatz weiter aus und reagieren auf das zunehmende Interesse der chinesischen Unternehmen am Wirtschaftsstandort München. Laut Statistischem Amt München ist die chinesische Bevölkerung in München seit 2020 um 17% gestiegen. Die Homepage unseres Unternehmens wurde von mehr als 4.000 chinesischen Besuchern – hauptsächlich Expatriates und Studierende - in den letzten Monaten aufgerufen. Zahlreiche Studenten kommen aufgrund des hohen Ansehens der Universitäten nach München. Firmen schätzen die wirtschaftliche Sicherheit. So gibt es bereits mehr als 400 chinesische Unternehmen in Bayern. Diese Firmen liefern einen wichtigen Beitrag zu wirtschaftlichem Wachstum und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von München.

Der Zugang zu geeignetem, möbliertem Wohnraum ist ein wichtiger Faktor bei der Entscheidung internationaler Fachkräfte, ob sie in eine bestimmte Region oder Stadt ziehen. Angesichts des angespannten Mietmarkts in München ist es für Neuankommlinge schwer, geeignete Wohnungen zu finden. Hier setzt Mr. Lodge an. Unser Ziel ist es, Fach- und Führungskräften oder Expats, die neu in die Stadt kommen und eine möblierte Wohnung benötigen, vom ersten Moment an ein Zuhause in der fremden Stadt zu bieten. Hierfür unterstützen wir mit einem umfassenden Dienstleistungsportfolio. Wir vermitteln Wohnungen in allen Vierteln, Größen und Preisklassen. Unsere Kunden legen Wert darauf, aktiv am Leben teilzuhaben. Jemand kommt neu in die Stadt, kennt München vielleicht noch gar nicht. Immobilien in schönen Wohngebieten, wo was los ist, sind daher am gefragtesten. Hier bekommt der Mieter direkt das Gefühl, er ist angekommen.

Sehen Sie ähnliche Entwicklungen auch für andere deutsche oder europäische Städte?

» Mr. Lodge ist auf den Großraum München, Tegernsee und Oberland spezialisiert. Hier haben wir den besten Markteinblick. Ich bin jedoch auch Geschäftsführer des Zeitwohnwerks, einem Zusammenschluss von mehreren deutschen Agenturen für möbliertes Wohnen. Wir tauschen uns regelmäßig über die aktuellen Entwicklungen aus. Weitere deutsche Städte, wie Berlin, Düsseldorf, Hamburg und Frankfurt sind ebenfalls sehr gefragt. Ob eine Stadt bei Expats beliebt ist, hängt in erster Linie von ihrer Attraktivität als Wirtschaftsstandort ab. Aber auch die Freizeitmöglichkeiten spielen eine große Rolle. Hier ist München natürlich etwas im Vorteil aufgrund seiner Nähe zu den Bergen und den zahlreichen Seen im Umland.

Der in Deutschland vorherrschende Fach- beziehungsweise Arbeitskräftemangel stellt eine wirtschaftliche Entwicklung dar, die auf den gesamten deutschen Wirtschaftsraum einen Einfluss haben wird. Unternehmen werden Mitarbei-



ter bundesweit und aus dem Ausland rekrutieren müssen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Bei den europäischen Städten sind nach unserer Beobachtung Valencia, Lissabon, Madrid und Basel besonders beliebt.

Wie machen Sie chinesische Interessenten auf Ihr Angebot aufmerksam und wie überwinden Sie die Sprachbarriere?

» Wie alle internationalen Fachkräfte, schätzen auch unsere chinesischen Kunden die professionelle und persönliche Ansprache, sei es als chinesische Einzelperson oder Firma. Aus diesem Grund steht unsere Mitarbeiterin Xiaokang Walter als Chinese Market Specialist als erste Ansprechpartnerin zur Verfügung, um die sprachlichen und kulturellen Barrieren so gering wie möglich zu halten. Somit besteht von Anfang an ein Vertrauensverhältnis zwischen unseren Kunden und uns.

Sie ist auch für die Kommunikation auf den chinesischen Social-Media-Kanälen, wie WeChat zuständig. Die Übersetzung der Website von Mr. Lodge in die chinesische Sprache ist ein weiterer Baustein in der Kundenkommunikation. Hinzu kommen Kooperationen, etwa mit dem China Forum Bayern e.V. und einigen anderen chinesischen Firmen. Diese Partnerschaften spielen eine strategisch wichtige Rolle für uns.

Verglichen zum Wintersemester 2017/18 kamen 2020/21 laut DAAD etwa 9% mehr chinesische Studenten für ein Austauschstudium nach Deutschland – ist das eine Ihrer Hauptzielgruppen?

» Studenten machen einen großen Anteil unserer chinesischen Interessenten aus. Das sehen wir auch bei den mehr als 4.000 chinesischen Besuchern unserer Website. Unser Angebot richtet sich aber nicht nur an Studenten, sondern auch an Expats oder Fach- und Führungskräfte, die einen geeigneten Wohnraum benötigen.

Generell sprechen wir sowohl Käufer als auch Mieter an. Eltern kaufen oft Wohnungen für den Eigenbedarf, da ihre Kinder zum Studieren oder zum Arbeiten nach München kommen, und eine eigene Wohnung bevorzugen. Oder chinesische Studierende mieten hier zunächst eine Wohnung. Nach Beendigung des Studiums entscheiden sie sich, eine Wohnung oder ein Haus zu kaufen, da sie in München bleiben und eine Familie gründen wollen.

Müssen die Immobilien für chinesische Kunden besondere Anforderungen erfüllen?

» Die Wohnpräferenzen chinesischer Kunden sind, wie auch bei anderen Nationen, sehr vielfältig und individuell. Die Vorlieben für Wohnungen hängen von verschiedenen Faktoren ab, wie dem persönlichen Geschmack, dem kulturellen Hintergrund, dem Lebensstil, der finanziellen Lage und der familiären Situation. Hauptsächlich werden Neubauten gewählt.

Die Nähe zu deutschen Universitäten und Bildungseinrichtungen ist ein wichtiger Faktor bei der Entscheidung für den Kauf einer Immobilie in München. Oftmals wird auch Wert auf traditionelle Werte und Aspekte des Feng Shui gelegt. Bezüglich der Lage einer Wohnung sind Dachgeschoss-Wohnungen nicht so beliebt. Wenn möglich, sollte der Grundriss quadratisch sein.

Unterscheidet sich der Preisspiegel chinesischer Kunden von dem deutscher Interessenten?

» Ja, es gibt in der Regel Unterschiede zwischen chinesischen und deutschen Interessenten hinsichtlich der Bereitschaft, bestimmte Preise für Immobilien zu zahlen. Immobilienbesitz spielt in der chinesischen Kultur eine wichtige Rolle. Chinesische Käufer sehen den Erwerb einer Immobilie oft als sicherste Investition an und zeigen eine höhere Affinität zu Immobilien als langfristige Investitionen. Dadurch sind sie bereit, höhere Preise zu zahlen, während deutsche Käufer in der Regel einen pragmatischeren Ansatz verfolgen und sich stärker an den aktuellen Marktbedingungen orientieren. ❖❖❖ DAS INTERVIEW FÜHRTE LISA WICK

Angesichts des ohnehin angespannten Wohnungsmarktes in München brauchen Neuankömmlinge kompetente Unterstützung.

