

## **STUDIE VON METRO ZEIGT: MEHR SICHTBARKEIT IST FÜR DEN ERFOLG VON SELBSTSTÄNDIGEN UNTERNEHMEN ESSENTIELL**

1 - 4

- Die „International Own Business Study“ – eine von METRO beauftragte repräsentative Studie in 10 Ländern – hat ergeben, dass Verbraucher selbstständige Unternehmen schätzen: 42 Prozent aller Befragten gaben an, dass selbstständige Unternehmen einen wertvollen Beitrag zur lokalen Wirtschaft leisten. Nur 12 Prozent der Befragten sagten dies über nicht-selbstständige Unternehmen.
- Die Studie macht aber auch deutlich, dass selbstständige Unternehmen für Verbraucher zu wenig sichtbar sind – sowohl online als auch stationär. Mit dem „Own Business Day“ schafft METRO hierfür ein Angebot
- Selbstständige Unternehmer äußern konkrete Erwartungen an die Politik: 61 Prozent aller befragten Unternehmer länderübergreifend gaben an, dass Steuererleichterungen und -vereinfachungen für ihren Unternehmenserfolg förderlich wären.

**Düsseldorf, 18. September 2018** – Ziel der zweiten Ausgabe der internationalen „Own Business Study“ von METRO ist es, ein noch besseres Verständnis für die Bedürfnisse und Belange von selbstständigen Unternehmen weltweit zu erlangen. Auf Basis der Erkenntnisse aus dem Jahr 2017 beleuchtet die Studie folgende Aspekte: Was denken Verbraucher weltweit über selbstständige Unternehmen? Welche Erfahrungen machen Selbstständige? Wie kann die Politik selbstständige Unternehmen fördern? Was ist darüber hinaus notwendig, um sie zu unterstützen? Für die diesjährige Studie hat METRO erneut 10.000 Menschen in zehn Ländern befragt. Unter ihnen 1.500 selbstständige Unternehmer. „METRO möchte Champion for Independent Business sein, daher behalten wir die Bedürfnisse von Unternehmern stets im Blick und setzen uns für sie ein. Ihr Erfolg ist für die Vielfalt und das Wohl unserer Gemeinschaft essentiell. Unsere Studie zeigt, wie man sie in ihren täglichen Herausforderungen unterstützen kann“, sagt Philippe Palazzi, COO METRO AG.

Die Studienergebnisse werden in der repräsentativen „Own Business Study“ vorgestellt, die METRO anlässlich des diesjährigen „Own Business Days“ am 9. Oktober 2018 in Deutschland, Frankreich, Indien, Italien, Portugal, Rumänien, Russland, Spanien, der Tschechischen Republik und der Türkei beauftragt hat. Das Whitepaper „Die Unterstützung von selbstständigen Unternehmen geht alle an“ ist unter [www.metroag.de/mediacenter/publikationen](http://www.metroag.de/mediacenter/publikationen) verfügbar. Im Folgenden einige der zentra-

### **METRO AG**

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252  
[www.metroag.de](http://www.metroag.de)  
[presse@metro.de](mailto:presse@metro.de)  
@METRO\_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender  
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf

len Ergebnisse der Studie:

2 - 4

**Selbstständige Unternehmer stehen vor zahlreichen Herausforderungen – und wissen genau, welche Art der Unterstützung hilfreich wäre**

Allzuoft stehen Selbstständige vor wirtschaftlichen und bürokratischen Herausforderungen. Zu ihren größten Sorgen zählen die hohe Steuerlast (33 Prozent), das Thema Einkommenssicherheit (31 Prozent) und die allgemeine wirtschaftliche Situation in ihrem Heimatland (31 Prozent). Viele selbstständige Unternehmer haben eine Vorstellung davon, wie sie diese Herausforderungen bewältigen können – mit Unterstützung der Politik. 61 Prozent von ihnen haben angegeben, dass ihnen Steuererleichterungen und -vereinfachungen am unmittelbarsten helfen würden.

% geben an, dass die Politik durch Steuererleichterungen und –vereinfachungen unterstützen kann										
Gesamt	CZ	FR	DE	IT	IN	TR	RO	PT	ES	RU
<b>61 %</b>	68%	66%	53%	65%	50%	53%	58%	59%	61%	73%

**Verbraucher sind sich darüber bewusst, dass Unternehmen für unsere Wirtschaft und das gesellschaftliche Miteinander enorm wichtig sind**

Die Studie zeigt, dass unabhängige Unternehmen weltweit ein hohes Ansehen genießen. 42 Prozent aller befragten Verbraucher sind der Meinung, dass selbstständige Unternehmen einen wertvollen Beitrag zur lokalen Wirtschaft leisten. Nur 12 Prozent sagten dies auch über nicht-selbstständige Unternehmen. 39 Prozent der Verbraucher sind der Ansicht, dass selbstständige Unternehmen für die Vielfalt in ihrer Umgebung wichtig sind. Nur 12 Prozent der Befragten sagten dies über nicht-unabhängige Unternehmen.

% der Verbraucher, die sagen dass diese Geschäftsform wichtig für die lokale Wirtschaft ist											
	Gesamt	CZ	FR	DE	IT	IN	TR	RO	PT	ES	RU
<b>Selbstständige Unternehmen</b>	<b>42%</b>	30%	51%	32%	54%	47%	43%	42%	46%	46%	29%
<b>Nicht-selbstständige Unternehmen</b>	<b>12%</b>	13%	10%	12%	14%	16%	14%	19%	7%	11%	15%

% der Verbraucher, die sagen dass diese Geschäftsform wichtig für die Vielfalt in ihrer Umgebung ist											
	Gesamt	CZ	FR	DE	IT	IN	TR	RO	PT	ES	RU
<b>Selbstständige Unternehmen</b>	<b>39%</b>	33%	48%	36%	46%	38%	36%	38%	37%	43%	35%
<b>Nicht-selbstständige Unternehmen</b>	<b>12%</b>	11%	9%	8%	15%	17%	15%	10%	11%	11%	12%

Die Studie belegt, dass Verbraucher selbstständige Unternehmen zu schätzen wissen – dies zeigt sich auch in ihrem Einkaufsverhalten: 33 Prozent aller Verbraucher kaufen bevorzugt bei selbstständigen Unternehmen ein; 12 Prozent aller Verbraucher tun dies lieber bei nicht-selbstständigen Unternehmen. Somit bevorzugen also fast dreimal so viele Verbraucher selbstständige Unternehmen bei ihrer Kaufentscheidung. Das tun sie aus verschiedenen Gründen: weil sie ihr lokales Umfeld unterstützen wollen (37 Prozent), weil sie die bessere Qualität von selbstständigen Unternehmen schätzen (36 Pro-

**METRO AG**

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252  
www.metroag.de  
presse@metro.de  
@METRO\_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender  
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf

zent) und weil sie gerne bei Menschen einkaufen, die sie persönlich kennen (32 Prozent).

% der Verbraucher, die am liebsten bei selbstständigen Unternehmen einkaufen, ggü. denen, die nicht-selbstständige Unternehmen bevorzugen											
	Gesamt	CZ	FR	DE	IT	IN	TR	RO	PT	ES	RU
<b>Selbstständige Unternehmen</b>	<b>33%</b>	20%	32%	34%	25%	57%	48%	31%	28%	30%	24%
<b>Nicht-selbstständige Unternehmen</b>	<b>12%</b>	8%	3%	11%	14%	11%	23%	7%	23%	7%	11%

**Selbstständigen Unternehmen fehlt es an Sichtbarkeit – weniger als die Hälfte hat eine eigene Website**

Die „Own Business Study“ zeigt, wie stark die Wertschätzung und Unterstützung für selbstständige Unternehmen ist. Allerdings haben 63 Prozent der Verbraucher Schwierigkeiten, selbstständige Unternehmen tatsächlich als solche zu erkennen. Es kann daher durchaus schwierig sein, selbstständige Unternehmen aktiv zu unterstützen. Ein Grund hierfür ist die fehlende Sichtbarkeit: 75 Prozent der befragten Verbraucher gaben an, dass sie kaum Werbung von selbstständigen Unternehmen sehen. Zwei Drittel der Verbraucher sagten, dass selbstständige Unternehmen online nicht sichtbar sind. Dieser Umstand spiegelt sich auch in den Studienergebnissen wider, denn weniger als die Hälfte aller befragten Unternehmer haben eine Social-Media-Präsenz (46 Prozent) und nur 42 Prozent eine eigene Website.

% der selbstständigen Unternehmer, die folgendes betreiben...											
	Gesamt	CZ	FR	DE	IT	IN	TR	RO	PT	ES	RU
<b>... Website</b>	<b>42%</b>	54%	45%	49%	45%	38%	46%	33%	37%	41%	34%
<b>... Social media Auftritt</b>	<b>46%</b>	44%	39%	22%	37%	52%	55%	51%	58%	53%	45%

„Es ist großartig, wie sehr selbstständige Unternehmen weltweit geschätzt werden. Die Studie bestätigt, wie wichtig sie für die Menschen, das gesellschaftliche Miteinander und unsere lokale Wirtschaft sind. Die Menschen vertrauen auf die Qualität von Produkten und Dienstleistungen, wenn sie die Unternehmensinhaber kennen“, so Philippe Palazzi. „Allerdings macht die Studie auch deutlich, dass selbstständige Unternehmen sichtbarer werden müssen, da sie sonst möglicherweise ihr Potential nicht voll entfalten können. Es muss wesentlich einfacher werden, Informationen über sie zu finden.“

METRO bietet seinen Kunden verschiedene Möglichkeiten und Services, um die Sichtbarkeit zu verbessern und für Aufmerksamkeit bei ihren Endkunden zu sorgen. Im Jahr 2016 hat METRO den „Own Business Day“ initiiert, einen Tag für selbstständige Unternehmen, der seitdem jedes Jahr am zweiten Dienstag im Oktober gefeiert wird. Dieser besondere Tag ist allen selbstständigen Unternehmern und ihren Erfolgen gewidmet. Sie erhalten so die Anerkennung, die sie verdienen. Alle teilnehmenden Unternehmen in den 25 METRO-Ländern, die exklusiv angebotenen Specials sowie weitere Informationen zum diesjährigen „Own Business Day“ am 9. Oktober 2018 finden Sie unter [www.own-business-day.de](http://www.own-business-day.de).

**METRO AG**

METRO ist ein führender internationaler Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016/17 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von rund 37 Mrd. €. Das Unternehmen liefert maßgeschneiderte Lösungen für die lokalen und internationalen Bedürfnisse seiner Groß- und Einzelhandelskunden. Mit seinen Vertriebsmarken METRO/MAKRO und Real sowie Belieferungsservices und Digitalisierungsinitiativen setzt METRO die Standards von morgen: für Kundenfokussierung, digitale Lösungen und tragfähige Geschäftsmodelle. Mehr Informationen unter [www.metroag.de](http://www.metroag.de).

4 - 4

## METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252  
[www.metroag.de](http://www.metroag.de)  
[presse@metro.de](mailto:presse@metro.de)  
@METRO\_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender  
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf