

METRO FEIERT AM 3. „OWN BUSINESS DAY“ SELBSTÄNDIGE MIT WELTWEITER KAMPAGNE

1 - 2

- #LOVEOWNBUSINESS: Unternehmer in 24 Ländern beteiligten sich am „Own Business Day 2018“ mit mehr als 380.000 besonderen Angeboten.
- Bereits im dritten Jahr lässt METRO am „Own Business Day“ Selbständige hochleben. Weltweite Aktionen schaffen Aufmerksamkeit und Wertschätzung für kleine und mittelständische Unternehmen.
- Wichtiger Teil der Kampagne ist die „Own Business Study“ mit weltweit 10.000 Teilnehmenden. Ergebnis: Konsumenten wünschen sich eine höhere Sichtbarkeit selbständiger Unternehmer.
- Mit „The Longest Queue“ wurde in Porto ein Unternehmer bei der Eröffnung seines Restaurants mit einer fast 500 Meter langen Kundenschlange überrascht.

Düsseldorf, 23. Oktober 2018 – Ein Feiertag für selbstständige Unternehmer: Mit dem „Own Business Day 2018“ schenkte METRO am 9. Oktober den selbstständigen Unternehmern weltweit besondere Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Die Unternehmer stellten an diesem Tag mehr als 380.000 exklusive Angebote für ihre Kunden bereit. In 24 METRO Ländern sorgten zahlreiche Aktionen für mehr Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit für die Selbstständigkeit. Ein Highlight: Mit der Aktion 'The Longest Queue' – die längste Warteschlange – initiiert von METRO gemeinsam mit Serviceplan Campaign Hamburg, wurde für ein Restaurant in Porto/Portugal der Eröffnungstag besonders gefeiert.

„Wir freuen uns, dass in diesem Jahr so viele Selbstständige wie noch nie mit kreativen Aktionen am Own Business Day teilgenommen haben. Dabei haben wir verstärkt auf große Events auf der ganzen Welt gesetzt, um den Unternehmen die Aufmerksamkeit zu schenken, die sie verdienen. METRO hat es sich zur Aufgabe gemacht, ihnen täglich zu beweisen: Your success is our business“, erklärt Gisele Musa, Global Director Branding & Activation bei METRO. Mangelnde Sichtbarkeit ist nach wie vor das größte Problem von selbstständigen Unternehmern. Das zeigt auch die aktuelle „Internationale Own Business Study“, die METRO anlässlich des besonderen Tages zum zweiten Mal in Auftrag gab und in diesem Zuge 10.000 Menschen in zehn Ländern befragte. Ein Ergebnis: Inhabergeführte Unternehmen sind zwar weltweit beliebt und Selbstständige werden von ihren Kunden geschätzt, oft fehlt jedoch die Sichtbarkeit in der öffentlichen Wahrnehmung.

So zeigen die Studienergebnisse, dass nur 42 Prozent der selbstständigen Unternehmen über eine eigene Website verfügen, gerade einmal 46 Prozent sind auf sozialen Netzwerken präsent. In Deutschland nutzen sogar nur 22 Prozent Facebook, Instagram & Co für ihr eigenes Unternehmen. Es wundert daher nicht, dass knapp zwei Drittel der Verbraucher beklagen, selbstständige Unternehmen nur schwer finden zu können.

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

„The Longest Queue“: Fast 500 Meter lange Schlange vor Restaurant für mehr Kunden und Aufmerksamkeit am Eröffnungstag

2 - 2

Zu wenig Kunden am Eröffnungstag – davor fürchten sich Selbstständige in der Startphase laut Studie am meisten. Anlässlich des dritten „Own Business Day“ ließ sich METRO in Portugal deshalb eine besondere Aktion einfallen und rief über die eigenen Kanäle sowie über regionale und nationale portugiesische TV- und Radiosender und die lokale Zeitung „Journal de Notícias“ dazu auf, sich in Porto an „The Longest Queue“ zu beteiligen. Dem Restaurant ‚Cervejaria Saфра‘, das pünktlich zum OBD am 9. Oktober neu eröffnete, sollte mit reichlich Aufmerksamkeit und Kundenzulauf am Eröffnungstag beste Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start geboten werden. Neben Passanten unterstützten über 120 Mitarbeiter der portugiesischen Landesgesellschaft MAKRO den frischgebackenen Restaurantbesitzer. In weiteren Großstädten weltweit fanden ähnliche regionale Aktionen an diesem Tag statt, um so die unabhängigen Unternehmer mit der Öffentlichkeit zu verbinden.

#loveownbusiness: Unternehmer weltweit machen mit besonderen Aktionen auf sich aufmerksam

Schon vor dem 9. Oktober sowie am Tag selbst konnten Verbraucher alle Specials und Aktionen in ihrer Nähe über den Hub www.own-business-day.com finden. Am Tag selbst wurden besondere Aktionen auf der Website und dem METRO YouTube Kanal gezeigt und konnten unter dem #loveownbusiness über Facebook, Instagram und Twitter auf der ganzen Welt verfolgt werden. Das Ergebnis beinhaltete 540.000 Zugriffe auf den Hub, 1.400 Social Media-Postings sowie fast 16 Millionen Views auf YouTube. Für die Kampagne setzte METRO zudem auf Influencer Kooperationen und Paid Media.

Entwickelt wurde die Kampagne von Serviceplan Campaign Hamburg. Die lokale Pressearbeit unterstützt die Agentur achtung! aus Hamburg. „Wir freuen uns, dass der ‚Own Business Day‘ in drei Jahren global so stark an Popularität gewonnen hat. Wir haben diesen besonderen Tag für METRO als kreativen Weg entwickelt, um das Markenversprechen erlebbar zu machen. Das Versprechen von METRO an seine Kunden lautet, sie erfolgreicher zu machen, indem man ihnen die Anerkennung und Aufmerksamkeit schenkt, die sie in unserer Gesellschaft verdienen“, so Michael Schneider, Geschäftsführer von Serviceplan Campaign Hamburg.

Die zum „Own Business Day“ 2018 veröffentlichte Studie wurde im Juli/August 2018 von APCO Worldwide in Deutschland, Frankreich, Indien, Italien, Portugal, Rumänien, Russland, Spanien, der Tschechischen Republik und der Türkei durchgeführt. Das Whitepaper „Die Unterstützung von selbstständigen Unternehmen geht alle an“ ist unter www.metroag.de/mediacenter/publikationen verfügbar. Der Case Film mit allen Highlights der Kampagne zum „Own Business Day“ 2018 ist auf Youtube abrufbar: <https://youtu.be/JDYKqub214>

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.

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