

## METRO STUDIE BESTÄTIGT GRÜNDERGEIST: DIE MEISTEN SELBSTSTÄNDIGEN UNTERNEHMER WÜRDEN WIEDER GRÜNDEN

1 - 4

FÜR DEN „OWN BUSINESS DAY“ AM 8. OKTOBER BIETEN SCHON JETZT MEHR ALS 547.000 INHABERGEFÜHRTE UNTERNEHMEN ATTRAKTIVE SPECIALS UND RABATTAKTIONEN AN – WEITERE ANGEBOTE FOLGEN IM MINUTENTAKT

- Sehr positive Stimmung unter den befragten Unternehmern: 95 Prozent würden wieder gründen
- Repräsentative METRO Umfrage im Rahmen des „Own Business Days“ zeigt, wie wichtig den Deutschen inhabergeführte Unternehmen sind: Fast jeder Zweite gibt an, dass sein Lebensstil unmittelbar auf den vielfältigen Angeboten von Dienstleistern und Unternehmern aufsetzt
- METRO unterstützt kleine und mittelgroße Betriebe und ihre Gründer mit dem „Own Business Day“ und bietet ihnen eine Plattform für mehr Sichtbarkeit

Düsseldorf, 25. September 2019 – Zum dritten Mal seit 2017 präsentiert METRO anlässlich des „Own Business Days“ die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage, die die Stimmung in kleinen und mittelgroßen inhabergeführten Unternehmen widerspiegelt. Dabei zeichnet die Studie ein sehr positives Bild, denn mit 95 Prozent würden fast alle der befragten Unternehmer wieder gründen. Die Studie zeigt auch, wie wichtig die Existenz dieser lokalen Betriebe für viele Verbraucher ist, um ihren Lebensstil aufrechtzuerhalten. METRO unterstützt daher inhabergeführte Unternehmen im Rahmen des „Own Business Days“ am 8. Oktober mit einer Plattform, auf der schon jetzt über 547.000 Restaurants, Hotels, Cafés, Imbisse und viele weitere Dienstleister ihre speziellen Tagesangebote registriert haben.

Die METRO Umfrage bestätigt: Die Deutschen lieben es, bei inhabergeführten Unternehmen einzukaufen. So gaben 43 Prozent der befragten Verbraucher an, dass kleine und mittelgroße inhabergeführte Betriebe einen enormen Anteil daran haben, dass sie ihren Lebensstil wie gewünscht führen können. Und auch die selbstständigen Unternehmer sind sehr optimistisch: Fast alle (95 Prozent) gaben an, dass sie immer wieder gründen würden,

obwohl fast jeder Zweite eine Unsicherheit seines Einkommens befürchtet (41 Prozent), jeder Dritte (32 Prozent) immer wieder viel Kraft in den kontinuierlichen Kampf um das Neugeschäft stecken muss und fast ein Viertel (23 Prozent) die Steuerzahlungen belasten.

2 - 4

Deshalb raten Experten Gründern, die eine Geschäftsidee haben, sich vor dem Start gut zu informieren: „Vor allem in den ersten zwei Jahren nach Geschäftsgründung ist es wichtig, sich des Runways bewusst zu sein – also jener Durststrecke, auf der die Reserven reichen müssen. Gründer müssen in dieser Zeit analytisch und strategisch mit dem vorhandenen Kapital umgehen und die Burn Rate, also den Verbrauch der Ressourcen, überschaubar halten“, so Prof. Dr. Christoph Hienerth, Chair in Entrepreneurship und New Business Development von der Otto Beisheim School of Management in Vallendar.

### Erfolgsfaktoren für Selbstständige: Service, Qualität und Nachhaltigkeit

Dass viele Deutsche die kleinen und mittelgroßen Unternehmen sehr schätzen, liegt unter anderem daran, dass sie nachhaltig handeln. Für 54 Prozent der befragten Verbraucher ist das ein wichtiges Entscheidungskriterium. Für ebenfalls über die Hälfte (52 Prozent) ist gute Qualität einer der Hauptgründe, warum sie Produkte und Dienstleistungen lieber von inhabergeführten Unternehmen beziehen. Knapp die Hälfte (49 Prozent) nennt außerdem den guten Service. Insgesamt gaben 38 Prozent der Befragten an, lieber bei inhabergeführten Unternehmen als bei großen Ketten einzukaufen.

### Kleinunternehmen bedienen Wunsch nach Individualität und Vielfalt in der Region

Die Deutschen lieben die Vielfalt in ihrer Region und schätzen vor allem kleinere und mittelgroße Unternehmen für ihren Anteil daran. Das bestätigten 38 Prozent der befragten Verbraucher. Dabei sind personalisierte Dienstleistungen, die inhabergeführte Betriebe anbieten, bei der Hälfte der Deutschen (51 Prozent) besonders beliebt. Deshalb ist laut Umfrage auch nahezu jeder zweite Befragte der Meinung, dass vorwiegend die kleineren und mittelgroßen Unternehmen die besten Leistungen für die Aufrechterhaltung ihres individuellen Lebensstils bieten.

So würde auch jeder zweite Verbraucher den persönlichen Service (51 Prozent) und die einzigartigen Produkte (50 Prozent) vermissen, wenn die Zahl der inhabergeführten Unternehmen zurückginge. Auch die Qualität der Produkte und Dienstleistungen würde 46 Prozent der Deutschen fehlen.

## Besonders beliebt: inhabergeführte Friseurläden, Restaurants und Cafés

3 - 4

Über die Hälfte der befragten Verbraucher in Deutschland (54 Prozent) gaben an, dass sie vor allem kleine inhabergeführte Friseur- und Barbierläden gegenüber den großen Ketten bevorzugen. Fast genauso beliebt sind kleinere Restaurants, Cafés und Imbisse (53 Prozent) sowie Blumenhändler (47 Prozent).

### „Own Business Day“: Tagesangebote in vielen deutschen Städten

Um selbstständigen Unternehmen zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen, hat METRO den „Own Business Day“ im Jahr 2016 ins Leben gerufen. Neben Deutschland finden in mehr als 25 Ländern nun schon zum vierten Mal attraktive Aktionen statt. „Wir möchten damit die Vielfalt und Individualität von kleinen und mittelgroßen Unternehmen in den Mittelpunkt stellen. Denn sie haben eine große Bedeutung für die Nachbarschaft und das lokale Umfeld“, so Frank Jäniche, CEO von METRO Deutschland. METRO unterstützt bereits seit vielen Jahren Existenzgründer und erfahrene Unternehmer mit individuellen Beratungsangeboten und digitalen Lösungen. Karl Romboy, Botschafter der Gastronomie bei METRO Deutschland und ehemaliger Inhaber des Düsseldorfer Restaurants

„Karls“ sagt: „Gastronomen, die gegründet haben, fehlt am Anfang oft die nötige Aufmerksamkeit. Der ‚Own Business Day‘ hilft ihnen sehr, ihre individuellen Konzepte bekannter zu machen.“

### Gratis-Zugaben, Vergünstigungen und besondere Menüs

Schon Wochen vor dem Aktionstag haben sich bereits über 547.000 Unternehmen mit einem Angebot für den „Own Business Day“ registriert (Stand 25. September). Viele Hotels bieten ein kostenloses Frühstück am 8. Oktober an oder übernehmen die Kosten für das Parkticket. Restaurants locken mit Freigetränken und eigens kreierte Mittagsmenüs, Dienstleister mit Rabatten oder besonderen Services. So veranstaltet zum Beispiel ein Hofladen in Hamburg für seine Gäste einen Grillabend mit hochwertigen Produkten aus der Region, ein Düsseldorfer Anbieter von Premium-Reisemobilen bietet ein Schnupperangebot für ein exklusives Glamping-Erlebnis und eine Catering-Firma aus Berlin wartet mit ausgewählten libanesischen Gerichten auf.

Alle Aktionen unter: [www.own-business-day.com](http://www.own-business-day.com)

Weitere Studienergebnisse unter: [www.metro-cc.com/own-business-study](http://www.metro-cc.com/own-business-study)

## Studiendesign

4 - 4

Teilnehmer weltweit	10.000 Endverbraucher, davon 1.500 selbstständige Unternehmer
Teilnehmer Deutschland	1.000 Endverbraucher, davon 150 selbstständige Unternehmer
Teilnehmer Zusammensetzung	Endverbraucher: präsentieren Querschnitt der jeweiligen Landesbevölkerung Selbstständige Unternehmen, darunter Gastronomie, Handel und alle anderen Geschäftszweige
Teilnehmende Länder	Deutschland, Frankreich, Indien, Italien, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Türkei, Tschechien
Panel	Online-Panel, für jedes Land repräsentativ
Studien-Institut	APCO Insight, the opinion research group at APCO Worldwide
Erhebungszeitraum	August 2019

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit rund 24 Millionen METRO Kunden können wahlweise in einem der großflächigen Märkte einkaufen, online bestellte Ware dort abholen oder sich beliefern lassen. Mit digitalen Lösungen unterstützt METRO zudem die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmern und Selbstständigen und trägt damit zur kulturellen Vielfalt in Handel und Gastronomie bei. Nachhaltigkeit ist für METRO ein wesentlicher Pfeiler sämtlicher Aktivitäten, im Dow Jones Sustainability Index ist METRO seit vier Jahren Branchen-Primus. Das Unternehmen ist in 36 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. €. Für die Einzelhandelskette Real mit ihren 34.000 Mitarbeitern hat METRO AG im September 2018 den Verkaufsprozess eingeleitet.

## METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

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

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf