

METRO INTERNATIONAL OWN BUSINESS STUDY:

DIE UNTERSTÜTZUNG VON SELBSTSTÄNDIGEN UNTERNEHMEN GEHT ALLE AN

ZIEL DER STUDIE

METRO hat den klaren Anspruch, „Champion for Independent Business“ zu sein. Vor diesem Hintergrund hat METRO den „**OWN BUSINESS DAY**“ initiiert, einen Tag, der Selbstständigen und ihren Leistungen gewidmet ist. Um mehr darüber zu erfahren, wie selbstständige Unternehmen in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden und welche Erfahrungen sie machen, hat METRO die repräsentative Own Business Study in Auftrag gegeben und 10.000 Menschen in zehn Ländern befragt. Auf Basis der Erkenntnisse aus dem Jahr 2017 beleuchtet die zweite Ausgabe im Jahr 2018 die folgenden Aspekte:

WAS DENKEN DIE MENSCHEN WELTWEIT ÜBER SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMEN?

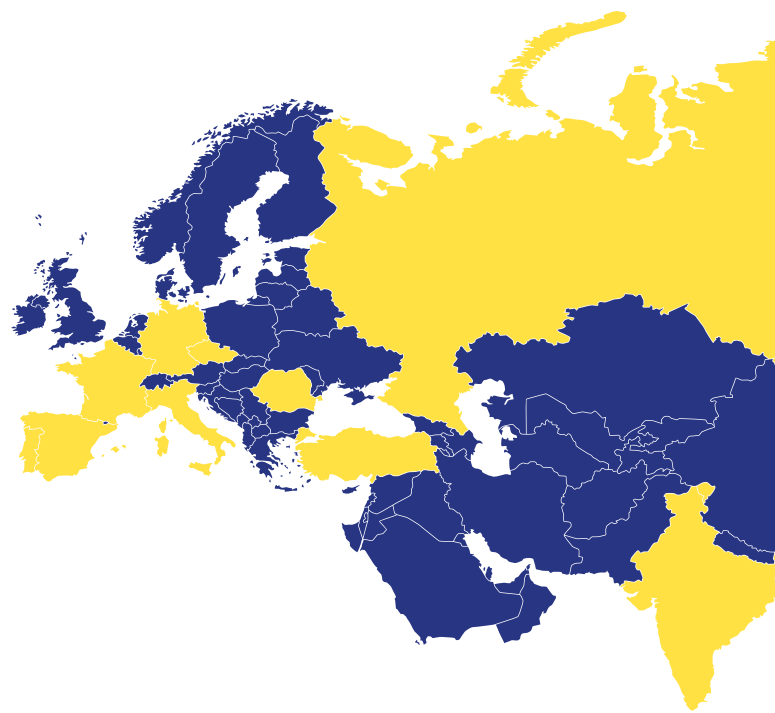
WIE BEURTEILEN SELBSTSTÄNDIGE IHRE EIGENEN ERFAHRUNGEN?

WIE KANN DIE POLITIK SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMEN FÖRDERN?

WAS IST DARÜBER HINAUS NOTWENDIG, UM SELBSTSTÄNDIGE ZU UNTERSTÜTZEN?

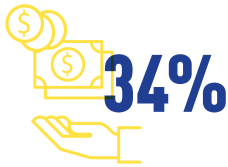


DEUTSCHLAND, FRANKREICH,
INDIEN, ITALIEN, PORTUGAL,
RUMÄNIEN, RUSSLAND, SPANIEN,
TSCHECHISCHE REPUBLIK, TÜRKEI



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 inter-nationalen Bedürfnisse seiner Groß- und Einzelhandelskunden. Mit seinen Vertriebsmarken METRO/MAKRO Cash & Carry 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.

VOR ALLEM BEI DER UNTERNEHMENSGRÜNDUNG STEHEN SELBSTSTÄNDIGE VOR ZAHLREICHEN HERAUSFORDERUNGEN:



der Selbstständigen sagten, dass es schwierig war, Gelder für die Gründung ihres Unternehmens aufzubringen



der Selbstständigen erklärten, dass sie es schwierig fanden, ihr Unternehmen zu bewerben



der Selbstständigen gaben an, dass sie am Tag ihrer Eröffnung nicht genug Kunden hatten

AUCH NACH DER ERÖFFNUNG STEHEN VIELE SELBSTSTÄNDIGE VOR ZAHLREICHEN HINDERNISSEN. KONTINUIERLICH KÄMPFEN SIE MIT WIRTSCHAFTLICHEN HERAUSFORDERUNGEN, WIE ZUM BEISPIEL:



... einer nicht idealen Wirtschaftslage



... der Höhe der Steuerzahlungen



... weniger Einkommenssicherheit

SELBSTSTÄNDIGE HABEN ZIEMLICH KLARE VORSTELLUNGEN, WIE DIE POLITIK SIE UNTERSTÜTZEN KANN:

61% SPRECHEN SICH VOR ALLEM FÜR STEUER-ERLEICHTERUNGEN UND -VEREINFACHUNGEN AUS.

EIN EIGENES UNTERNEHMEN VERLANGT JEDE MENGE ZEIT, MÜHE UND DURCHHALTEVERMÖGEN. WIRD DIES VON VERBRAUCHERN ÜBERHAUPT GEWÜRDIGT?

Die Antwort ist "Ja"! Die Studie zeigt, dass Menschen selbstständige Unternehmen enorm zu schätzen wissen. **Viele von ihnen sehen sie als Treiber des lokalen Wachstums.**



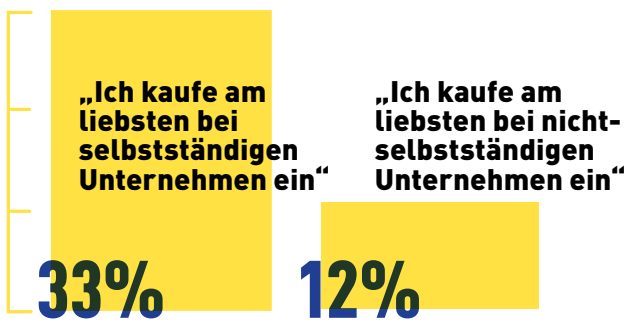
aller befragten Verbraucher sagten, dass selbstständige Unternehmen wichtig für die lokale Wirtschaft sind. Nur 12 % sagten dies über nicht-selbstständige Unternehmen



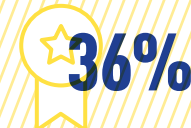
aller Verbraucher gaben an, dass selbstständige Unternehmen wichtig für die Vielfalt in ihrer Umgebung sind. Nur 12 % sagten dies über nicht-selbstständige Unternehmen

DIE UNTERSTÜTZUNG FÜR SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMEN SPIEGELT SICH IN DEN VORLIEBEN DER VERBRAUCHER WIDER:

Gründe dafür sind:



Verbraucher wollen ihre lokale Gemeinschaft unterstützen



Verbraucher sagen, dass selbstständige Unternehmen qualitativ hochwertigere Produkte und Services anbieten



Verbraucher kaufen gerne bei Menschen ein, die sie persönlich kennen

FAST **3X MEHR** MENSCHEN SAGEN, DASS SIE LIEBER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN VON SELBSTSTÄNDIGEN UNTERNEHMEN BEZIEHEN.

ABER ES FÄLLT VIELEN MENSCHEN SCHWER, SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMEN AUCH WIRKLICH ZU ERKENNEN. DAS KANN SIE DAVON ABHALTEN, DIESE UNTERNEHMEN TATSÄCHLICH ZU UNTERSTÜTZEN.



der Verbraucher sind der Meinung, dass es schwierig ist, Informationen über selbstständige Unternehmen zu finden



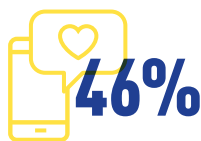
der Verbraucher sagen, dass sie nicht viel Werbung von selbstständigen Unternehmen sehen



der Verbraucher gaben an, dass selbstständige Unternehmen online nicht sichtbar sind

DAS SPIEGELT SICH AUCH IN DER NUTZUNG VON DIGITALEN TOOLS DURCH DIE UNTERNEHMER WIDER.

Obwohl **81%** der Unternehmer der Meinung sind, dass digitale Tools wichtig sind, um ihr Unternehmen zu bewerben, sieht die Realität anders aus:



haben eine Social-Media-Präsenz



haben eine Website

DAMIT SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMEN IHR POTENTIAL VOLL AUSSCHÖPFEN KÖNNEN, SIND ALLE GEFRAGT: DIE POLITIK MUSS DIE RAHMENBEDINGUNGEN VERBESSERN, UNTERNEHMER IHRE BESONDEREN MERKMALE HERVORHEBEN UND VERBRAUCHER SOLLTEN DIE VORTEILE VON SELBSTSTÄNDIGEN UNTERNEHMEN IN IHRE KAUFENTSCHEIDUNGEN EINBEZIEHEN.

Studienmethodik:

In den 10 Ländern wurden insgesamt 10.000 Personen online befragt, von denen über 1.500 Unternehmensinhaber/Unternehmensinhaberinnen waren. Die Befragten wurden aus Online-Panels rekrutiert und die Ergebnisse sind für die Bevölkerung der jeweiligen Länder repräsentativ nach Alter und Geschlecht.

In der Studie werden „selbstständige Unternehmen“ als Unternehmen in Privatbesitz definiert. Diese Unternehmen sind für gewöhnlich im Besitz der Person bzw. der Personen, die das Unternehmen auch operativ betreiben – und die zudem frei darüber entscheiden können, welche Produkte sie führen, welche Dienstleistungen sie anbieten und wie sie ihre Preise gestalten.

Um mehr über die Ergebnisse dieser Studie zu erfahren, wenden Sie sich bitte an:

Julia Münster
julia.muenster@metro.de

Katharina Werner
katharina.werner@metro.de

Anila Brahmakulam
anila.brahmakulam@metro.de

Leiding Chen
leiding.chen@metro.de