

## **Studie: Online-Präsenz bei Restaurants und Cafés entscheidend für Geschäftserfolg**

Düsseldorf, 25. September 2019 – Zum dritten Mal präsentiert METRO anlässlich des „Own Business Days“ eine internationale, repräsentative Studie<sup>1</sup>, die zeigt, worauf Verbraucher bei kleinen und mittelgroßen Unternehmen, darunter auch Hotels, Restaurants, Cafés und Bistros, besonderen Wert legen. 10.000 Menschen weltweit wurden von METRO befragt, davon 1.500 Selbstständige. Um die individuellen Konzepte von inhabergeführten Unternehmen zu betonen, bietet METRO den Selbstständigen zudem im vierten Jahr in Folge mit dem „Own Business Day“ am 8. Oktober eine Bühne, auf der sie sich mit ihren besonderen Angeboten und Services am Aktionstag präsentieren und so ihren Bekanntheitsgrad steigern können.

Ob der gemütliche Italiener nebenan, das kleine Café an der Ecke oder die Pension im Viertel, in der jedes Zimmer seinen eigenen Charme hat: Inhabergeführte Gastronomiebetriebe und Hotels sind wichtig für die Wirtschaft und den Flair vor Ort. Sie bereichern mit ihrer Vielfalt das tägliche Leben der Menschen, das bestätigen 38 Prozent der in Deutschland befragten Verbraucher in der diesjährigen METRO-Studie anlässlich des „Own Business Days“. So ist der lokale Standort für 56 Prozent sogar der wichtigste Faktor dafür, ein kleines oder mittelgroßes Unternehmen zu bevorzugen, weil sie so Hersteller in der Region unterstützen. Ein ebenso wichtiges Entscheidungskriterium ist laut METRO-Studie für mehr als die Hälfte der Deutschen (54 Prozent) das nachhaltige Handeln des Unternehmens.

### **Deutsche Verbraucher schätzen Individualität und Vielfalt**

Die Deutschen möchten auf die Individualität und Vielfalt der inhabergeführten Unternehmen nicht verzichten: Laut Studie gibt jeder zweite Verbraucher an, dass er den persönlichen Service (51 Prozent) und die einzigartigen Produkte (50 Prozent) vermissen würde, wenn die Anzahl der kleinen und mittelgroßen Betriebe sinken würde. Auch die Qualität der Produkte und Dienstleistungen würde knapp der Hälfte der Befragten (46 Prozent) fehlen.

### **Inhabergeführte Restaurants zu besonderen Anlässen sehr gefragt**

Vor allem zu besonderen Anlässen, wie zum Beispiel zu Weihnachten, sind inhabergeführte Restaurants bei den Verbrauchern sehr beliebt: So geben 44 Prozent der von METRO Befragten an, dass sie sich dort gern mit Freunden oder Familie treffen, um Zeit miteinander zu verbringen. Jeder Dritte (34 Prozent) bevorzugt ein inhabergeführtes Restaurant an einem Feiertag, weil er dort ein besonderes Menü geboten bekommt.

### **Jeder zweite Gast geht durch schlechte Online-Rezensionen verloren**

Wie die METRO Studie weiterhin belegt, achten die Verbraucher vor allem darauf, dass ein Restaurant keine schlechten Online-Rezensionen hat, wenn es sich um einen besonderen Anlass handelt. Jeder zweite Verbraucher würde ein Restaurant in diesem Fall nicht besuchen. Generell spielt die Online-Präsenz eine große Rolle bei der Entscheidung: Mehr als jeder Fünfte (22 Prozent) würde von einem Restaurantbesuch absehen, wenn keine Webseite vorhanden ist, auf der man das Menü einsehen kann. Fast genauso viele Verbraucher (19 Prozent) geben an, dass ihnen ein Reservierungstool wichtig ist und dass sie ohne das Online-Buchungssystem keinen Tisch in dem Restaurant bestellen würden. Damit der Online-Auftritt funktioniert, bietet METRO eigene Services, unter anderem eine kostenlose Gastro-Webseite, die nach dem Baukastensystem zusammengestellt werden kann. Sie lässt sich intuitiv bedienen und ermöglicht auf einfache Weise mehr Frequenz und Sichtbarkeit im Internet. Auch die Reservierungssoftware, die sich in die Webseite integrieren lässt, ist kostenlos. Damit erleichtert METRO den inhabergeführten Unternehmen den digitalen Weg zum Kunden, der sich schnell und einfach online über das Restaurant informieren und einen Tisch reservieren kann.

### **Sehr gute Stimmung bei inhabergeführten Unternehmen**

Wie die METRO Studie weiterhin herausgefunden hat, sind die deutschen Unternehmer sehr positiv gestimmt. Mit 95 Prozent geben fast alle der befragten Selbstständigen an, dass sie immer wieder gründen würden, obwohl einige von ihnen Sorge wegen des unsicheren Einkommens (41 Prozent), des kontinuierlichen Kampfes um das Neugeschäft (32 Prozent) und hoher Steuerzahlungen (23 Prozent) haben. Eine große Herausforderung für kleine und mittelgroße Betriebe ist zudem der Fachkräftemangel. So bestätigt jeder fünfte befragte Selbstständige (21 Prozent), dass er Mühe habe, geeignetes Personal zu finden.

### **„Own Business Day“: Verbraucheraktionen 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 Verbraucheraktionen statt. „Wir möchten damit die Vielfalt und Individualität von kleinen und mittelgroßen Geschäften 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.

### **Neue Angebote von Unternehmen im Minutentakt auf [www.own-buisness-day.com](http://www.own-buisness-day.com)**

Schon einen Monat 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 an oder übernehmen die Kosten für das Parkticket. Restaurants und Bistros locken mit vergünstigten Mittagsmenüs, Freigetränken oder ganz besonderen Menüs am

Folgen Sie uns auf



Aktionstag. „Wir haben gerade ein Restaurant eröffnet und so viel zu tun, dass kaum Zeit bleibt, um eigene Werbeaktionen zu planen. METRO als ein führender Lebensmittelspezialist bietet uns die perfekte Bühne, um unser Restaurant bekannt zu machen. Das ist eine hervorragende Chance, die wir sofort ergriffen haben“, so Konstantin Klotz vom neu eröffneten Restaurant „Hanz & Franz“ in Düsseldorf.

Anmeldung des eigenen Unternehmens zum „Own Business Day“ unter:

[www.own-business-day.de](http://www.own-business-day.de)

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

### <sup>1</sup>Studiendesign

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



### Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter [www.metroag.de](http://www.metroag.de) sowie über METRO Deutschland unter [www.metro.de](http://www.metro.de)

### Kontakt

METRO Deutschland  
Unternehmenskommunikation  
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf  
Telefon +49 (0)211 6886 1189  
[presse@metro-cc.de](mailto:presse@metro-cc.de)  
[www.metro.de](http://www.metro.de)

Durch die Partnerschaft mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweiterte METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Die Plattform ist abrufbar unter [www.dish.co](http://www.dish.co).

Folgen Sie uns auf

