

METRO Gründerstudie 2015 – Factsheet

Die Studie im Überblick

Zum zweiten Mal nach 2014 befragte METRO, international führendes Unternehmen im Selbstbedienungsgroßhandel, in Zusammenarbeit mit der GfK selbstständige Unternehmer aus der Gastronomie- und Hotelbranche in Deutschland sowie Verbraucher.

Befragung Unternehmer

Teilnehmer:	350 Selbstständige aus den Branchen Hotel, Restaurant, Café/Bar, Catering und Imbiss
Inhalt:	Motivation, Ziele, Wünsche, Erwartungen der Gründer; Treiber und Hürden von Selbstständigkeit; Stand und Erwartungen zum Thema Digitalisierung
Feldzeit:	September 2015
Methode:	CATI (Computer Aided Telephone Interviews) mit einer Interviewlänge von rund 20 Minuten

Befragung Bevölkerung

Teilnehmer:	rund 1.000 Konsumenten (Männer und Frauen ab 14 Jahren)
Inhalt:	Erwartungen an die Digitalisierung in Gastronomie und Hotellerie
Feldzeit:	September 2015
Methode:	Repräsentative Omnibusumfrage in Deutschland. Zugrunde liegt eine Quotenstichprobe auf Basis einer Gesamtheit von rund 70.525.000 Personen.