

# gurkerl.at erweitert seinen Lieferradius

Wiens größter Online-Supermarkt macht sich südlich der Hauptstadt breit und baut seine Lagerkapazitäten aus.



© Philipp Lipianski

## Große Pläne

Maurice Beurskens, Geschäftsführer von gurkerl.at, präsentierte im Rahmen des „Pressdays“ Meilensteine der vergangenen Monate, aktuelle und zukünftige Expansions-schritte.

WIEN. Schon als die tschechische Rohlik-Gruppe im Dezember 2020 mit gurkerl.at den österreichischen Markt betrat, war das mittelfristige Ziel klar: Die Nummer 1 im österreichischen LEH zu werden. Nur Monate später traute man sich bereits, dieses Ziel auf Anfang bis Mitte 2022 zu datieren. In Wien ist das, gemessen am Umsatz, auch gelungen, österreichweit hat nach wie vor Billa die Nase vorn.

## Ab in den Süden

Geschlagen ist der Kampf um die Marktführung mitnichten: Während Billa seit jeher österreichweit ausliefert, war gurkerl.at bis dato auf Wien und die unmittelbare Umgebung beschränkt; nun kündigte Geschäftsführer Maurice Beurskens eine Erweiterung des Liefergebiets, der Lagerkapazitäten und des Sortiments an.

Konkret liefert gurkerl.at ab sofort auch nach Fischamend,

Enzersdorf an der Fischa, Schwadorf bei Wien, Ebergassing, Gramatneusiedl, Moosbrunn, Trumau, Tattendorf, Teesdorf, Günselsdorf, Kottlingbrunn, Wienerberg, Sooß und Bad Vöslau; das Liefergebiet in den Bezirken Baden und Bruck an der Leitha vergrößert sich damit beträchtlich.

Parallel dazu wird das gurkerl.at „Fulfillment Center“ in Wien-Liesing bis Herbst 2023 auf insgesamt 10.000 m<sup>2</sup> vergrößert, wie Beurskens verkündete; das soll dem Unternehmen helfen, der wachsenden Zahl an Bestellungen nachzukommen und den Boden für die nächsten Expansions-schritte zu ebnet.

## Nummer 1 im Visier

„Convenience stand lange Zeit nicht auf der Prioritätenliste von Supermärkten, der stationäre Einkauf ist und bleibt aber für viele Menschen aus diversen Gründen unpraktisch.

Wir haben die Lebensmittellieferung in Wien revolutioniert und jetzt das Netzwerk und die technische Infrastruktur, um auch traditionelle Supermärkte herauszufordern und gurkerl.at zum größten Supermarkt in ganz Österreich zu entwickeln“, nimmt Beurskens abermals die österreichweite Marktführung ins Visier.

## Umsatzziel: 100 Mio. Euro

Knapp zwei Jahre nach der Gründung hält gurkerl.at bei „fast einer Million Bestellungen und gut 100.000 Kunden“; punkto Umsatz peilt Beurskens für das Geschäftsjahr 2022/23 (Mai 2022 bis April 2023) eine Verdopplung von rd. 50 auf 100 Mio. € an; ab dem Folgejahr 2023/24 soll gurkerl.at profitabel sein.

Das Warenangebot von gurkerl.at umfasst derzeit 13.000 Produkte; der durchschnittliche Bestellwert beträgt 94 €, der Mindestbestellwert 39 €. (red)

## LEDER & SCHUH

### Humanic-Mutter legte leicht zu

WIEN/GRAZ. Nach einem herben Verlust im Jahr 2020 hat die Leder & Schuh AG (Vertriebslinien: Humanic, Shoe4You) 2021 wieder einen Gewinn geschrieben: Nach Steuern blieben 3,1 Mio. € übrig – im Vorjahr stand ein Minus von rund 35 Mio. € zu Buche. Auch im Umsatz legte die Schuheinzelhandelskette von 150,6 auf 161,1 Mio. € zu. Geholfen haben der wachsende Online-Handel und die Wiederbelebung der legendären „Franz“-Werbung.

## Noch nicht über den Berg

Im ersten Quartal 2022 konnten die Umsatzziele aufgrund von Lockdowns, einer hohen Zahl an Krankenständen und des Ukrainekriegs nicht erreicht werden; auch der sinkende private Konsum bereite Sorgen. Das Management sieht den Fortbestand des Unternehmens derzeit als sichergestellt. Wesentlich für die Ertragslage sei jedoch, dass die für heuer getroffenen Annahmen, dass es keine weiteren Lockdowns ohne staatliche Hilfen gibt und sich die Nachfrage bis Herbst wieder erholt, auch eintreten. Ansonsten könnte die Zukunft des Unternehmens, das auch in Deutschland, Slowenien, Tschechien, Kroatien, Ungarn, Rumänien, Bulgarien und in der Slowakei aktiv ist, gefährdet sein. (APA/red)



© Humanic