

KARRIERE



© VSSÖ

Michael Nendwich

FESI

Michael Nendwich, Sprecher des Sportartikelhandels in der WKÖ und Betreiber des Intersport Ötscher in Lackenhof, wurde auf der Generalversammlung des Europäischen Sportartikel-Industrieverbands (FESI) als

1. Vizepräsident und Kassier des Verbands gewählt. Damit ist Nendwich die erste Person, die eine Funktion bei FESI hat und zugleich geschäftsführender Präsident des Europäischen Verbands des Sportfachhandels (FEDAS) ist.



© Ikea Österreich

Sylwia
Gorska-Przytulska

Ikea Österreich

Seit Juli 2019 von Schweden aus für die globale Lern- und Kompetenzagenda für 32 Ikea-Länder zuständig, verantwortet Sylwia Gorska-Przytulska nun als neue Head of People & Culture von Ikea Österreich u.a. die Bereiche Recruiting, Employer Branding, Co-Worker Relations und Talent Management.



© gurkerl.at

Teamwork

„Gute Zusammenarbeit mit Produzenten und ein zuverlässiges Team“: gurkerl.at-CEO Maurice Beurskens (4. v.r.) mit sieben seiner insgesamt 1.100 Mitarbeiter.

Positive Bilanz zum zweiten Geburtstag

Nach 24 Monaten hält gurkerl.at bei über einer Million Zustellungen, acht Eigenmarken und 100.000 Kunden.

WIEN. „Wir haben uns hohe Ziele gesetzt und diese erreicht. Ich bin froh, sagen zu können, dass wir auf wirklich viele Meilensteine zurückblicken können. Wir konnten im vergangenen Jahr besonders mit unserem zuverlässigen Service und unserem breiten Produktsortiment überzeugen“, zieht gurkerl.at-CEO Maurice Beurskens Bilanz.

Zu den heurigen Highlights zählen u.a. die Abwicklung der einmillionsten Bestellung, der Start von zwei weiteren Eigenmarken – nach der Kaffeemarke „Ubomi“ wurde jüngst „Yutto“ lanciert (s. Seite 57) – und die Verlängerung der Zustellzeiten (Samstag bis 20 Uhr).

Liefergebiet erweitert

Um der steigenden Nachfrage besser gerecht zu werden,

hat gurkerl.at außerdem sein Liefergebiet erweitert – und stellt seit diesem Jahr auch in Fischamend, Enzersdorf an der Fischa, Schwadorf bei Wien, Ebergassing, Gramatneusiedl, Moosbrunn, Trumau, Tatten-dorf, Teesdorf, Günselsdorf, Kottlingbrunn, Wienerberg, Soof und Bad Vöslau zu. Und hier ist auch noch lange nicht Schluss, wie Beurskens bestätigt: „Unser unverändertes Ziel ist es, der umsatzstärkste Lebensmittelhändler Österreichs zu werden – eine konsequente Expansion und Ausweitung unseres Liefergebiets spielt dabei natürlich eine wesentliche Rolle.“

Während die Übernahme der Online-Marktführerschaft in Österreich – bereits 2021 zum großen Ziel erklärt – auch im zweiten Bestehensjahr noch

nicht gelingen wollte, hat man diese heuer zumindest in Wien erstmals inne. Der Kundentstamm wurde Ende Oktober auf 100.000 Besteller geschätzt, der durchschnittliche Bestellwert liegt gemäß offiziellen Angaben bei 90 €.

Eigenmarken reüssieren

Auch das Sortiment ist im zweiten Bestehensjahr deutlich, nämlich von 10.000 auf 13.500 Produkte, angewachsen; versendet werden diese bekanntermaßen aus dem „Fulfillment-Center“ genannten Lager in Wien-Liesing.

Vom inflationsbedingten Boost für Eigenmarken profitiert auch gurkerl.at; mittlerweile findet sich bereits in jedem zweiten Warenkorb zumindest ein Produkt der insgesamt acht Eigenmarken. (red)