

Gurkerl erobert Wien: 50.000 Kunden und frische Gerichte im Angebot!

Gurkerl verzeichnet 50.000 Kunden in Wien und präsentiert eine positive Bilanz nach der Automatisierung seines Logistikzentrums.



Nachrichten AG

** Wiener Bezirk, Österreich**
**** - Gurkerl, der innovative Online-Supermarkt, verzeichnet nach seinem Neustart im Oktober 2024 einen eindrucksvollen Erfolg in Wien. Mit derzeit 50.000 Kunden hat das Unternehmen eine positive Zwischenbilanz gezogen. Ein hochautomatisiertes Logistikzentrum im 23. Wiener Bezirk, das seit Oktober 2024 in Betrieb ist, hat dazu beigetragen, die Lagerkapazitäten zu verdoppeln und die Bearbeitungsgeschwindigkeit erheblich zu steigern. Die Effizienz des Unternehmens ist um 50 Prozent gestiegen, und mehr als 93 Prozent der Lieferungen werden pünktlich und fehlerfrei ausgeführt.

Wie **oe24.at** berichtet, beabsichtigt Gurkerl, sein Sortiment wesentlich zu erweitern. Frische Fertiggerichte von beliebten Wiener Restaurants sollen noch in diesem Jahr hinzugefügt werden. Der Geschäftsführer Olin Novák hebt hervor, dass die Automatisierung des Unternehmens nicht nur das Einkaufserlebnis verbessert, sondern auch ein profitables Modell für den Online-Lebensmittelhandel schaffen soll.

Ausgezeichnete Kundenzufriedenheit und Nachfrage

Die monatlichen Bestellungen haben sich seit dem Vorjahr verdoppelt und erreichten in letzter Zeit bis zu 100.000. Mit einem Net Promoter Score von über 80 zeigt sich eine hohe Kundenzufriedenheit. Insbesondere Familien haben großes Interesse an der Plattform, was sich auch im Gürkchen-Club widerspiegelt, einem Vorteilsprogramm mit rund 9.000 Mitgliedern. Diese Familien profitieren von kostenlosen Lieferungen sowie speziell zugeschnittenen Angeboten.

Insgesamt umfasst das Gurkerl-Sortiment mittlerweile über 15.500 Produkte, was 3.500 Apothekenartikeln und 90 verzehrfertigen Gerichten beinhaltet. Neueste Sortimentserweiterungen beinhalten 24 Schaumweine, 20 Weine und 500 Produkte von Marks & Spencer. Das glutenfreie Sortiment wurde auf 600 Artikel vergrößert. Dazu kommt die Einführung der Eigenmarke MODDIA PureCycle für nachhaltige Hygieneprodukte.

Strategische Entwicklungen und Pläne für die Zukunft

Gurkerl setzt auf einen hyperlokalen und qualitätsorientierten Ansatz, der regionale Produkte unterstützt und die Kundenerlebnisse optimiert. Die Mitglieder des Gürkchen-Clubs können sich auf Rezeptideen, Produktempfehlungen sowie Unterstützung durch eine Hebamme freuen. Dies passt zu dem

geplanten Ausbau des Angebots an frischen Fertiggerichten und der weiteren Steigerung des Eigenmarkensortiments von 300 auf 500 Produkte.

Ein zentrales Ziel der Unternehmensstrategie ist die Verkürzung der Lieferzeiten auf unter zwei Stunden. Um dies zu erreichen, soll die Automatisierung weiter vorangetrieben werden, was durch die aktuellen Herausforderungen im Lebensmittelhandel, wie die Einhaltung rechtlicher Vorschriften und die Notwendigkeit effizienter Abläufe, unterstützt wird, wie **xentral.com** schildert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Gurkerl nicht nur als Online-Supermarkt erfolgreich ist, sondern auch einen bedeutenden Schritt in Richtung einer automatisierten und qualitätsorientierten Zukunft macht. Die Investitionen in Technologie und Automatisierung sollen das Einkaufserlebnis der Kunden nachhaltig verbessern und die Wettbewerbsfähigkeit im Online-Lebensmittelhandel stärken.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	 Wiener Bezirk, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.oe24.at• www.ots.at• xentral.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at