

Was Ostern mit Ausmusterung zu tun hat

Feiertage wollen im Lebensmitteleinzelhandel wohl geplant sein. Damit die Kunden rechtzeitig Ostereier, Nester und Co, in den Regalen finden gibt es im Einkauf die sogenannte Ausmusterung. Wir haben den Blick hinter die Kulissen des Einkaufs gewagt. Von Simon Valachovic

Die Regale sind gefüllt mit Schokohasen, Ostereiern und feinen Delikatessen – Ostern steht vor der Tür. Während sich die Kunden vor allem auf das lange Wochenende und eine Ostereiersuche im Freien freuen, ist für die Teams hinter den Kulissen längst klar: Nach Ostern ist vor Ostern. Denn die Planung für Ostern 2026 beginnt bereits jetzt.

Eine zentrale Rolle spielt dabei die Ausmusterung – der Prozess, mit dem saisonale und besondere Artikel ins Sortiment kommen. Was sich anhört wie ein Resteverkauf ist in Wahrheit etwas ganz anderes: „Kurz gesagt geht es bei der Ausmusterung darum, den Ländern, in denen wir mit Kaufland vertreten sind, Produkte, die über das Standard-Sortiment hinausgehen, zur Verfügung zu stellen. Ziel ist, den Kunden in allen Ländern etwas Besonderes zu bieten“, klärt Iris Schütz, die im Einkauf international für die Ausmusterung im Bereich Food zuständig ist, auf. Denn was jetzt in den Kaufland-Filialen steht, wurde Monate im Voraus entschieden.

Kaufland unterscheidet in seinen Filialen grundsätzlich zwei große Bereiche: Food und Non-Food. Während die Auswahl bei Lebensmitteln fast ausschließlich saisonal erfolgt – etwa zu Ostern oder Weihnachten –, folgt der Non-Food-Bereich einem Aktionsplan, der auf vergangenen Abverkäufen basiert. „Wir analysieren, welche Trends sich abzeichnen, welche Produkte sich gut verkauft haben und was unsere Kunden in den verschiedenen Ländern nachfragen“, sagt Fabian Offenbecher, Teamleiter im Einkauf Non-Food International. Durch gemeinsame Bestellungen sollen größere Synergieeffekte geschaffen werden.

Food: Osterleckereien mit Plan

Wer zu Ostern ein besonderes Menü plant, findet bei Kaufland mehr als nur Standardware. Vitello Tonnato, feine Fischspezialitäten oder ausgefallene Schokoladenprodukte – all das gehört zur saisonalen Food-Ausmusterung. „Die Länder und deren Aktionsmanagement können sich Artikel auswählen, die sie über das Standard-Sortiment hinaus in ihr Angebot nehmen möchten“, erklärt Iris Schütz. Ein festgelegtes System sorgt dafür, dass der Prozess strukturiert abläuft. Im Sommer legen die Länder ihre Auswahl und Mengen für Ostern fest, sodass alle Vorbereitungen für die Produktion und Logistik rechtzeitig getroffen werden können. Eine große physische Auswahlhalle, in der alle Produkte ausgestellt und probiert werden können, gibt es hier nicht – im Food-Bereich läuft alles digital über das Ausmusterungssystem. Hier können die einzelnen Produkte eingesehen und ausgewählt werden.

Non-Food: Trends greifen, bevor sie entstehen

Im Bereich Non-Food ist die Struktur bei Kaufland eine andere. Zwar gibt es auch hier saisonale Spitzen – etwa Oster-Deko, Camping-Utensilien oder Grillzubehör für den Sommer – doch grundsätzlich arbeitet das Team mit einem langfristigen Aktionsplan. Viermal im Jahr werden Produkte ausgemustert. Wer beispielsweise im April bestellt, plant für die Monate Januar bis März.

Ein Highlight im Non-Food-Bereich ist die Ausmusterungshalle. Hier können Einkäufer aus den verschiedenen Ländern die einzelnen Produkte begutachten. In der großen Halle der Zentrale finden sich in den verschiedenen, nach Werbewochen aufgeteilten Regalen, die Aktionswaren aufgereiht: „Einen Schuh oder ein Shirt in die Hand zu nehmen, kann einen erheblichen Einfluss auf die Bestellung haben“, erklärt Fabian Offenbecher. Im Vorfeld erhalten die Länder alle wichtigen Informationen digital, doch erst vor Ort wird das Angebot für den Einkäufer greifbar.

Was bedeutet das für Ostern?

Die Osterzeit ist für den Einkauf bei Kaufland eine der spannendsten Phasen im Jahr – sowohl für Food als auch Non-Food. Während sich der Bereich Food auf saisonale Festtagsspezialitäten konzentriert, liegt der Fokus im Non-Food-Bereich auf Dekoration, Spielwaren oder Campingzubehör. Die Ausmusterung sorgt dafür, dass Kunden genau das finden, was sie sich für ihr Fest wünschen – und das zur richtigen Zeit.

Für die Teams im Hintergrund bedeutet das monatelange Vorbereitung, präzise Planung und ein gutes Gespür für Trends. „Ostern 2026 beginnt für uns direkt nach Ostern 2025“, sagt Iris. Und während die Kunden gerade ihre Ostereinkäufe erledigen, laufen die Vorbereitungen für das nächste Fest bereits auf Hochtouren.