



# LENGERICH WOCHENBLATT **EXTRA**

2. Juni 2018 | [www.ag-muensterland.de](http://www.ag-muensterland.de) | kostenlos

## Lieber vor Ort

**Boom im Online-Lebensmittelhandel  
lässt auf sich warten | Rückseite**

Foto: dpa

# Genuss wie an der Küste

## Matjessalat Störtebeker

Bild und Rezept: www.1000rezepte.de

### Einkaufszettel

(für vier Personen)

#### Matjessalat Störtebeker

- 4 Matjesfilets (à 250 g)
- 1 Zwiebel
- 1 Apfel
- 2 Stangen Bleichsellerie
- 2 Salzgurken
- 1 hart gekochtes Ei (Klasse M)
- 200 g saure Sahne
- 2 EL Zitronensaft
- Salz
- Pfeffer
- einige Salatblätter
- 1 EL grüne Kapern
- roter Pfeffer
- etwas Kresse

#### Zubereitung:

▷ Die Matjesfilets einige Zeit in Buttermilch einlegen, damit sie besonders zart werden und dann in mundgerechte Stücke schneiden. Zwiebel schälen und in Ringe schneiden. Apfel und Bleichsellerie waschen. Den Apfel halbieren, vom Kerngehäuse befreien, in schmale Spalten schneiden und diese nochmals quer halbieren. Bleichsellerie, Salzgurken und das gekochte Ei in Scheiben schneiden.

▷ Für das Dressing die saure Sahne mit Zitronensaft verrühren und mit Salz und Pfeffer abschmecken. Das Dressing mit Matjesstücken, Zwiebelringen, Apfelspalten, Bleichsellerie und Gurkenstücken gut vermengen und den Salat auf den Salatblättern anrichten. Mit den Ei-Scheiben garnieren und mit Kapern, rotem Pfeffer und Kresse bestreut servieren.

**Pro Portion: 238 kcal (996 kJ), 9,4 g Eiweiß, 18,0 g Fett, 8,6 g Kohlenhydrate, 146 mg Cholesterin**

[illegible]

Neuerfilmung

Maß der Stromstärke

schwarzweißer Rabenvogel

Manuskriptprüfer

„Mutter der Armen“ † 1997

Einsiedler

ein Treibgas

Textabschnitt

enge Treppe

**ARZAN**

R U S O L A H  
 B E T R I E B S A M S L O W A K E  
 P A L L E I N N E T T O T R E G E L  
 A L L E I N R I B I R E N B A U M  
 R O T O N D I N F I A B E P A  
 I G O R D I N A E R B I Z A R  
 A E I G S L E E P E A R L T I M O  
 A R I E M L E E P E A R L T I M O  
 L E A A B G A B E N A U S T E U E R N  
 N U N G E N A U S T E U E R N

**AKK S E**

N E E L L E P D  
 W E I L L E T S  
 A K I E S T E I E G  
 L C H E R P S I N E  
 T G R U P P E O U  
 A U G E P R E  
 L B W E R F U R T  
 T A E R O B E A  
 A H R H A D E S

1 8 3 -

+

2 9 9 -

---

4 8 2 -

5 5 - 1 2 8

+

2 9 - 2 7 0

---

8 4 = 3 9 8

**ARZAN**

N P R L E R E  
 A P O T E K A M  
 S P A T E M  
 U S E R E L P  
 E S T E L S  
 G I M T S

# LÖSUNGEN



Per Mausklick lassen sich Waren nach Hause ordern.

## Aschendorff Direkt

Wir suchen zu sofort zuverlässige  
**PROSPEKTVERTEILER**

(m/w) ab 13 Jahren auf  
Minijob-Basis für die  
Verteilung am Samstag bei  
freier Zeiteinteilung bis 18 Uhr in  
**TECKLENBURG-STADT**  
und **LIENEN**.

Wir freuen uns auf Dich!  
Telefon (02 51) 690-664  
Montag-Freitag 8.00-17.00 Uhr  
zustellerbewerbung@aschendorff.de  
Stichwort: Prospektverteiler

## LW DAS LENGERICHER ANZEIGENBLATT Impressum

**Verlag:**  
Aschendorff Medien GmbH & Co. KG  
An der Hansalinie 1, 48163 Münster  
Tel. 02 51/6 90 60 00  
Fax 02 51/6 90 80 90

**Anzeigenleitung:**  
Marc Arne Schumann  
An der Hansalinie 1, 48163 Münster  
Tel. 02 51/6 90 60 00  
Fax 02 51/6 90 80 90  
verlagsleitung@aschendorff-medien.de

**Anzeigenannahme:**  
Westfälische Nachrichten  
Tel. 054 81/93 78-0  
Fax 054 81/93 78-59  
E-Mail:  
Anzeigen.len@aschendorff-medien.de  
Rathausplatz 12, 49525 Lengerich

**Redaktionsleitung:**  
Claudia Bakker  
An der Hansalinie 1, 48163 Münster  
Tel. 02 51/6 90 99 40 50  
Fax 02 51/6 90 80 75 90

**Vertrieb:**  
Aschendorff Direkt GmbH & Co. KG  
An der Hansalinie 1, 48163 Münster  
Tel. 02 51/6 90 99 40 50

**Druck:**  
Aschendorff Druckzentrum  
GmbH & Co. KG  
An der Hansalinie 1, 48163 Münster  
Das Lengericher Wochenblatt erscheint  
in Verbindung mit der Tageszeitung  
Westfälische Nachrichten, Lengerich.

Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2018

**AGM** Anzeigenblattgruppe  
Münsterland

# Kaufleute bangen derzeit grundlos

Online-Lebensmittelhandel kommt nicht richtig in die Puschen

Die Sorgen waren groß, als Amazon im Mai 2017 seinen Lebensmittel-Lieferdienst Amazon Fresh in Deutschland startete. Viele Händler fürchteten, der US-Internetgigant könne die Art und Weise revolutionieren, wie wir Lebensmittel kaufen.

Doch der Boom des Online-Lebensmittelhandels lässt auf sich warten. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) etwa kommt in einer Studie zum Ergebnis, der Internethandel mit Konsumgütern wie Obst, Fleisch oder auch Zahnpasta trete in Deutschland trotz steigender Investitionen der Händler „mehr oder weniger auf der Stelle“.

Dieses Urteil ist aber nicht ganz wörtlich zu nehmen. Denn nach jüngsten Zahlen des E-Commerce-Branchenverbandes bevh lagen die Umsätze im Internethandel mit Lebensmitteln im ersten Quartal 2018 immerhin um gut 16 Prozent über dem Vorjahresniveau.

Das klingt auf den ersten Blick viel – doch ist das

Wachstum bescheiden, vergleicht man es mit den Raten in anderen Branchen in einer ähnlichen Phase des einsetzenden Online-Handels. Im Buchhandel etwa erzielten Amazon und Co. anfangs zum Teil dreistellige Wachstumsraten, sie konnten ihre Geschäfte also mehr als verdoppeln. Und insgesamt liegt der Online-Anteil am Gesamtumsatz mit Konsumgütern des täglichen Bedarfs nach wie vor deutlich unter zwei Prozent. Lebensmittel im Netz bestellen ist noch eine Nische.

„Trotz aller Bemühungen des Handels scheint der Boden steiniger als erwartet“, urteilen denn auch die Experten von der GfK. Die Marktforscher sind mit ihrer Einschätzung nicht allein. Auch der E-Commerce-Experte Kai Hudetz vom Kölner Institut für Handelsforschung (IFH) hat inzwischen Zweifel, ob sich der Online-Lebensmittelhandel noch zum Massenmarkt entwickeln wird. Möglicherweise sei das Angebot doch nur für spezielle Ziel-

gruppen interessant.

Auch im Lebensmittelhandel sei Ernüchterung zu beobachten, sagt Hudetz. „Viele haben einen Gang zurückgeschaltet, was den Ausbau ihrer Internet-Aktivitäten angeht.“ Amazon selbst legt bei dem von der Konkurrenz anfangs mit so großer Sorge betrachteten Ausbau seiner Lebensmitteldienste bisher ein eher geruhsames Tempo vor. So ist Amazon Fresh auch ein Jahr nach dem Start nur in Berlin, Hamburg und München am Start.

Beim deutschen Branchenvorreiter Rewe stagniert ferner die Zahl der von seinem Lieferservice abgedeckten Regionen seit geraumer Zeit bei 75. Und Edeka beschränkt sich mit dem Lieferservice Bringmeister nach wie vor auf Berlin und München. Frischen Wind bringt vor allem der niederländische Online-Supermarkt Picnic in den Markt, der mit festen Zeitfenstern und kostenloser Zustellung erste Gemeinden im Rheinland beliefert. (dpa)



Der Großteil der Deutschen bevorzugt den Gang durch den Supermarkt um die Ecke.

## Darum läuft der Netzeinkauf nicht so gut

Warum der Online-Handel mit Lebensmitteln nicht richtig in Gang kommt (Artikel links), dafür haben die GfK-Experten eine verblüffend einfache Erklärung: Die Kern-Klientel der Online-Händler seien Stadtbewohner, auch weil die Angebote derzeit nur sie betreffen. Doch gerade für Städter sei der Einkauf im Netz oft umständlicher als der schnelle Besuch in einem der vielen Läden in der Nachbarschaft.

„Bevor man sich am Computer oder per Tablet durch die Produktlisten geklickt hat und dann – weil man tagsüber selten zu Hause ist – auch noch eine zumeist kostenpflichtige Terminlieferung vereinbart, für die man dann auch noch wirklich zu Hause sein muss, geht der Stadtbewohner doch lieber schnell einmal vor die Tür und erledigt seine Einkäufe beim Händler um die Ecke“, meinen die Marktforscher.

Auf dem flachen Land habe der Online-Handel mit Lebensmitteln wegen der geringeren Dichte an Supermärkten zwar theoretisch ein größeres Kundenpotenzial. Doch hier rechne sich das Angebot für die Händler häufig nicht, weil die Zustellung mit den großen Entfernungen zu teuer sei. (dpa)



Als Amazon im Mai 2017 seinen Lebensmittellieferdienst startete, waren die Sorgen groß. Doch der Boom im Online-Lebensmittelhandel lässt auf sich warten. Fotos: dpa