



LENGERICHER WOCHENBLATT **EXTRA**

22. September 2018 | www.ag-muensterland.de | kostenlos

Auf der Wiesn wie im Laden

Was den Bierpreis
treibt | Rückseite

Foto: dpa

Fit für den Alltag

Leckerer Salatsnack mit Ziegenkäse

Einkaufszettel

(für zwei Portionen)

Leckerer Salatsnack mit Ziegenkäse

- 150 Gramm grünen Salat
- 60 Gramm Ziegenkäse
- 2 Esslöffel Kokos-Rapsöl
- 1 Esslöffel Honig
- 1 Esslöffel Gelee (Himbeere, Brombeere oder Johannisbeere)
- eine Prise Salz
- etwas Pfeffer aus der Mühle

Zubereitung:

- ▷ Salat vorbereiten, den Ziegenkäse teilen und leicht gratinieren.
- ▷ Für das Dressing alle übrigen Zutaten gut miteinander verrühren.
- ▷ Den Salat und den Ziegenkäse auf den Tellern anrichten und mit dem Dressing beträufeln. Je nach Verträglichkeit mit Walnüssen garnieren. (rgz)

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

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

ANNO
DIMMER
DOZENT
DROHEN
ERIKA
FUNKE
IDEE
IMKER
JOHN
KENNEN
KIDMAN
KITT
KLADDE
LUNAR
MAER
MAKI
MAMA
MOKKA
MUFFEL
NOAH
OEHR
ROHR
RUHEN
SZENE
TENSID

Einheitsmuster

türkische Stadt an der Maritza

Gelenkerkrankung

ugs.: Furcht

steinzeitliche Steinsäule

Drama von Shakespeare

Arbeits-eifer

eine keltische Sprache

Treppe

WOHLIG

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

WOHLIG

S F L B A S C
S H E M E D
C I N H A R H
E S T H A R H
G I E L M U E

6 4 0 - 4 6 4 = 1 7 6

1 5 6 - 8 3 = 7 3

7 9 6 - 5 4 7 = 2 4 9

LÖSUNGEN

Vier Prozent mehr fürs kühle Blonde

Lohn-, Energie- und Transportkosten laut Brauerbund für Preiserhöhung verantwortlich

Elf Euro: Für den Preis einer Maß Bier auf dem Oktoberfest gibt es im Ge-

tränkemarkt einen Zehn-Liter-Kasten Premium-Pils.

Neu ist dieses Jahr, dass die Preise auch im Handel gestiegen sind, stärker sogar als auf der Wiesen. „Die große Frage ist, wie lange das hält“, sagt Marcus Strobl, Branchenexperte beim Marktforscher Nielsen. Und wer jetzt mehr verdient.

Getreide ist teurer geworden, „Gerste ist im Höhenflug“, sagt Walter König, Geschäftsführer beim Bayerischen Brauerbund. Aber die Brauereien haben langfristige Lieferverträge, die Preiserhöhungen wirken sich erst nächstes Jahr aus – und auch dann nur minimal: Gerade mal sieben oder acht Cent kostet das Malz für einen Liter Bier. Hopfen schlägt je nach Menge und Qualität mit knapp zwei Cent zu Buche oder mit bis zu acht Cent – „wenn ich mich in Hopfen verliebe“, so König. Das heißt, „die Rohstoffe stehen nicht so im Fokus, da haben die Landwirte schon recht“. Auch Wasser, Kronkorken oder Etiketten seien eher winzige Kostenfaktoren.

Sehr unterschiedlich ist der Anteil, der an den Handel geht. Große Brauereien müssen Regalstellungskosten zahlen und in Werbung investieren. Da spart eine kleinere Brauerei, die viel an die Gastronomie und im Direktverkauf absetzt. Zudem nutzen Super- und Getränkemärkte Bier im Sonderangebot auch oft, um Kunden in die Läden zu locken.

Mengenrückgang

Für die Preiserhöhung entscheidend seien die Lohn-, Energie- und Transportkosten, heißt es beim Brauerbund. „Die Brauer haben lange viel geschluckt und nicht auf den Preis umgelegt. Denn jeder Brauer weiß: Preiserhöhung bedeutet Mengenrückgang“, erklärte König. „Da sind die Leute empfindlich, da probieren sie mal ein anderes Bier aus.“ Aber allein die Löhne seien in zwei Jahren um fünf Prozent gestiegen. Jetzt sei das Maß voll gewesen.

Laut Statistischem Bundesamt lagen die Preise für den Gerstensaft im Juni um

4,1 Prozent über dem Vorjahresmonat. Drei Viertel ihres Biers kaufen die Deutschen im Laden. Die Marktforscher von Nielsen ermittelten für das erste Halbjahr einen Durchschnittspreis von 1,24 Euro je Liter Pils. Sommerwetter und Fußball-WM halfen, die Preiserhöhung durchzusetzen – der Bierabsatz stieg nach langem Abwärtstrend trotzdem um ein Prozent.

Die Preisspanne ist aber groß, je nach Sorte, Marke und Region. Ein Kasten Bier im Einstiegssegment ist für 6 Euro zu haben, im Hochpreissegment werden auch 17 Euro bezahlt. Einen Liter Pils gibt es in PET-Flaschen für 70 Cent, für Craft-Bier dagegen legen die Kunden auch mehr als 10 Euro hin. Teure Biere sind allerdings eine Nische, „da ist keine nennenswerte Menge dahinter“, sagte Strobl. Der Handel nutzt ein Dutzend Biermarken, die sogenannten „Fernsehbiere“, als Lockvogel. Bei ihnen werden zwei Drittel der Menge in Deutschland als Sonderangebot verkauft – „der Angebotspreis ist schon fast der Durchschnittspreis“, so Strobl. Ein Sonderangebot funktioniert aber auch mit 10,99 Euro pro Kiste, es

müssten nicht 9,99 Euro sein. „Bisher hält das. Spannend wird es nächstes Jahr.“ Bei den beiden vergangenen Preisrunden 2007 und 2013 hätten die höheren Preise gerade mal ein Jahr gehalten.

Auf dem Oktoberfest klettern die Bierpreise dieses Jahr um 3,6 Prozent auf bis zu 11,50 Euro. Allein der

Auf- und Abbau eines Zelts kostet ein bis zwei Millionen Euro, die Musikkapelle gut 200 000, die Ordner im Zelt 400 000 Euro oder mehr, wie Wiesnwirt Christian Schottenhamel sagt. Zudem hat die Stadt ihre Umsatzpacht für die Wiese kräftig erhöht auf 6,1 Prozent für die kleinen und 7,8 Prozent für die großen Zelte. (dpa)



Foto: dpa

WN LENGERICHER WOCHENBLATT

Wir suchen

Zusteller (m/w)

ab 13 Jahre für das gesamte Verbreitungsgebiet

(Verteilung mittwochs und samstags bis 18.00 Uhr)

Über Bewerbungen aus den Bereichen **Tecklenburg-Stadt, Ladbergen, Kattenvenne, Lienen (Sa.) und Ledde (Mi.)** würden wir uns besonders freuen.

Telefon (0251) 690-664

(Montag–Freitag 8.00–17.00 Uhr)

zustellerbewerbung@aschendorff.de

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. 0251/6906000

Fax 0251/690808090

Anzeigenleitung:

Marc Arne Schümann

An der Hansalinie 1, 48163 Münster

Tel. 0251/6906000

Fax 0251/690808090

verlagsleitung@aschendorff-medien.de

Anzeigenannahme:

Westfälische Nachrichten

Tel. 05481/9378-0

Fax 05481/9378-59

E-Mail:

Anzeigen.len@aschendorff-medien.de

Rathausplatz 12, 49525 Lengerich

Redaktionsleitung:

Claudia Bakker

An der Hansalinie 1, 48163 Münster

Tel. 0251/690994050

Fax 0251/690807590

Vertrieb:

Aschendorff Direkt GmbH & Co. KG

An der Hansalinie 1, 48163 Münster

Tel. 0251/690994050

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