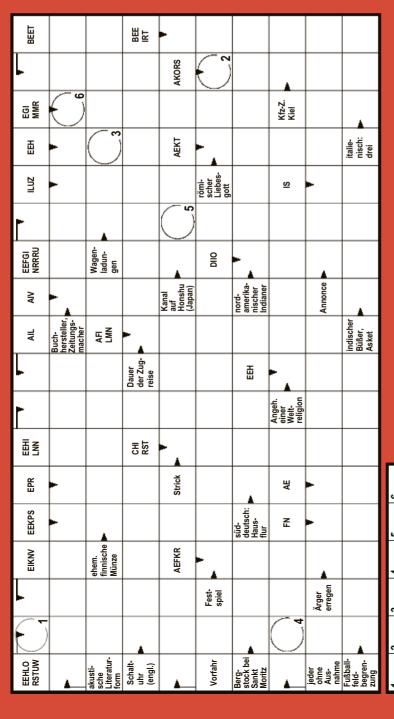
# WI LENGERICHER WOCHENBLATTEXTRA

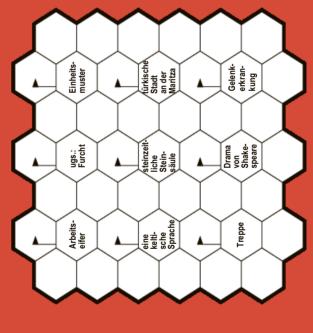


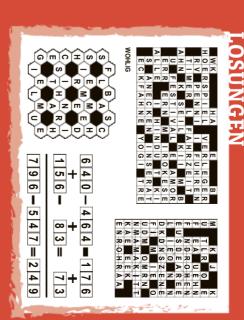


# ATSEL und DENKSPORT



ANNO	DOZENT	FUNKE	IDEE IMKER	KENNEN	KIDIMAN KITT	LUNAR	MAKI	MOKKA	NOAH	ROHR	SZENE
S	(iii)	2	2	<u> </u>	2	(ii)	0	E	E	N	⋖
$ \mathbf{S} $	(ш)	$(\Xi)$	( <b>m</b> )	<b>(III)</b>	$(\mathbf{m})$	$(\mathbf{Z})$	⋖	$(\mathbf{Z})$	$\left( \mathbf{E}\right)$	$(\mathbf{E})$	⋖
$(\mathbf{S})$	$\odot$	<b>(III)</b>	lacksquare		2	<b>(III)</b>	<b>(III)</b>		$\bigcirc$	$oldsymbol{oldsymbol{eta}}$	⋖
$\odot$	$\bigcirc$	$\bigcirc$	0	⋖	Ø	N	$\Theta$	$led {f 2}$	$\bigcirc$		<b>∞</b>
Œ	<b>2</b>	Œ	<b>@</b>	<b>(iii</b>	0	တ	8	0	⋖	<b>(III)</b>	$\equiv$
$\odot$	$\odot$	⋖			<b>(iii</b>	2	3	2	lee	$\bigcirc$	0
$\mathbf{E}$	$\bigcirc$	<b>(III)</b>	2	တ	$\odot$		$oldsymbol{\mathbb{Z}}$	lee	⋖	<b>(III)</b>	<b>™</b>
<u>_</u>	(III)	G	$\odot$	$\bigcirc$	Ø	$\odot$	$\Theta$		lee	⋖	Z
$\ge$	$\bigcirc$	œ	(L)	<b>(iii)</b>	$\Theta$		Œ)	igoredot	2	$\odot$	Ш
E		0			$\subseteq$	<u>o</u>	<u> </u>		Ø Ø		$\rangle$







# Vier Prozent mehr fürs kühle Blonde

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

Oktoberfest gibt es im Ge-



# 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



Wir suchen zu sofort zuverlässige

# **PROSPEKTVERTEILER**

(m/w) ab 13 Jahren auf Minijoh-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



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

Anzeigen.len@aschendorff-medien.de Rathausplatz 12, 49525 Lengerich

# Redaktionsleitung:

An der Hansalinie 1, 48163 Münster Tel. 02 51/6 90 99 40 50 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

Anzeigenblattgruppe AGM Münsterland

 $E^{
m lf}$  Euro: Für den Preis tränkemarkt einen Zehn-Li-einer Maß Bier auf dem ter-Kasten Premium-Pils.

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

Gétreide 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 Kostenfakto-

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

# 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", er-klärte 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 Kiste,

4,1 Prozent über dem Vor- müssten nicht 9,99 Euro jahresmonat. 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 lan- zu 11,50 Euro. Allein der für die großen Zelte. (dpa) gem Abwärtstrend

trotzdem um ein

Prozent. Die spanne ist aber groß, je nach Sorte, und Ein Bier im Einstiegssegment ist für 6 Euro zu haben, Hochpreissegment werden auch 17 Euro bezahlt. Einen Liter Pils gibt es in PET-

Fla-

10

hin.

fast

in die Läden zu locken.

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 klet-

tern die Bierpreise dieses Jahr um 3,6 Prozent auf bis

Auf- und Abbau eines Zelts kostet ein bis zwei Millionen Euro, die Musikkapelle gut 200000, 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

