



Suchergebnisse: Bierkrug

10. Januar 1889 – Georg Lang übernimmt das Nürnberger „Krokodil“

Nürnberg * Georg Lang übernimmt das Wirtshaus „Krokodil“ in der Weintraubengasse 2. Nach diesem Lokal erhält er seinen bald über Nürnberg hinaus bekannten Beinamen „Krokodilwirt“. Ausgeschenkt wird Bier der Nürnberger Lederer-Brauerei. Lang zeigt bereits hier sein Gespür für wirkungsvolle Unterhaltung und moderne Werbung. Elektrisches Licht, das in Gaststätten noch keineswegs selbstverständlich ist, setzt das Lokal eindrucksvoll in Szene. Eine 25-köpfige Hauskapelle sorgt täglich für musikalische Unterhaltung und lockt zusätzliche Gäste an. Auch das Krokodil wird gezielt als Erkennungszeichen eingesetzt. Der Nürnberger Künstler und Lang-Stammgast Friedrich Wanderer gestaltet das Motiv eines Krokodils, das sich um einen Bierkrug windet. Es wird später zum bekannten Markenzeichen der Lederer-Brauerei. Mit der Verbindung von Gastronomie, Musik, moderner Technik und einprägsamer Werbung entwickelt Lang bereits im „Krokodil“ jenes Erfolgsrezept, das er später auf Volksfesten und ab 1898 auf dem Münchner Oktoberfest in wesentlich größerem Maßstab verwirklicht.

September 1898 – Georg Lang macht sich selbst zur Marke

München-Ludwigsvorstadt * Georg Lang wirbt mit ungewöhnlichem Aufwand für seine „1. Bayerische Riesenhalle“. Plakate, Liederhefte, Ansichtskarten, Wertmarken, Medaillen und Bierkrüge zeigen sein Porträt mit dem markanten Schnurrbart. Dadurch werden sowohl die Festhalle als auch ihr Wirt über München hinaus bekannt. Lang verbindet Gastronomie, Unterhaltung und Werbung zu einem einheitlichen Konzept. Er verkauft seinen Gästen nicht nur Bier und Speisen, sondern ein gemeinschaftliches Erlebnis aus Musik, Gesang und Selbstdarstellung. Damit wird der Nürnberger „Krokodilwirt“ zu einem Wegbereiter der modernen Bierzelt- und Veranstaltungswerbung.

1900 – Der „einsichtige Bierkrug“ kommt auf

München * Gegen Ende des 19. Jahrhunderts erhalten die traditionellen Steinzeugkrüge Konkurrenz durch gläserne Bierkrüge. Diese sogenannten „einsichtigen Bierkrüge“, in München auch als „Isarseidel“ bekannt, erlauben Gästen und Wirten erstmals eine unmittelbare Kontrolle der ausgeschenkten Menge. Beim undurchsichtigen Steinzeugkrug lässt sich von außen nicht



erkennen, ob das Bier tatsächlich bis zum Eichstrich reicht. Der Glaskrug macht dagegen sowohl den Füllstand als auch mögliche Verunreinigungen sichtbar. Zudem lässt er sich leichter kontrollieren und reinigen.

8. Februar 1917 – Zinndeckel-Bestandsaufnahme

München * Weil der Bedarf an Zinn für kriegswichtige Rüstungsprodukte sehr hoch ist, erlassen die Generalkommandos eine Bekanntmachung, die „die Bestandserhebung, Beschlagnahme und Enteignung von Bierglasdeckeln und Bierkrugdeckeln aus Zinn und die freiwillige Ablieferung von anderen Zinn-Gegenständen“ beinhaltet.

4. Oktober 2004 – Wiesn 2004: 210.000 Bierkrüge einkassiert

München-Theresienwiese * Das Ordnungspersonal auf dem Oktoberfest nimmt den Souvenirjägern rund 210.000 Bierkrüge wieder ab.

9. März 2014 – Verbot des Bierausschanks im traditionellen Steinkrug verhindert ?

München * Das Nachrichtenmagazin Focus berichtet, dass das „Verbot des Bierausschanks im traditionellen Steinkrug“ durch die EU durch Bayern erfolgreich verhindert worden ist. Zwei Monate vor der Europa-Wahl ist das für Bayerns Wirtschaftsministerin Ilse Aigner ein weiterer Beweis für die Regulierungswut der Brüsseler Bürokraten. Tatsache aber jedoch: Die Europäische Kommission hatte nie das Ziel, Bierkrüge aus Steingut zu verbieten. Es ging lediglich um eine 10 Jahre alte Regelung, wonach Eichstriche auf Gläsern angebracht werden müssen, um die richtige Inhaltsmenge feststellen zu können. Das ist aber beim Keferloher schon aufgrund des Materials nicht anwendbar. Biertrinker müssen in Gaststätten lediglich darauf hingewiesen werden, dass sie die Füllmenge im Krug durch ein sogenanntes Umfüllmaß, das kann ein Glaskrug sein, überprüfen lassen können.
