



Suchergebnisse: Marke

3. Oktober 1369 – Herzogin Margarete „Maultasch“ stirbt in Wien

Wien * Herzogin Margarete von Baiern-München und Gräfin von Tirol stirbt in Wien. Ihre Grabstätte befindet sich in der dortigen Minoritenkirche zum Heiligen Kreuz. Margaretes Beiname „Maultasch“ taucht erst seit dem späten 14. Jahrhundert auf. Von Zeitgenossen wird sie als schöne Frau beschrieben. Es ist wohl mehr die luxemburgische und päpstliche Propaganda, die mit diesem abwertenden Beinamen das „wenig rollenkonforme Verhalten“ der Herzogin brandmarken und sie in ein schiefes Licht bringen soll.

21. Juli 1612 – Das Aberglaubens- und Hexenmandat zeigt keine große Wirkung

München * Zur Veröffentlichung des Hexenmandats muss dieses von der Kanzel verlesen werden. Doch der Landrichter von Friedberg berichtet, dass sich die Priesterschaft im Bezirk der Verlesung des Hexenmandats verweigern würde und führt dies auf den Einfluss der zuständigen Bischöfe zurück. Außerdem untersagt der Geheime Rat dem Hofrat die Veröffentlichung des Mandats in den Hofmarken. Damit zeigt das Mandat keine allzu große Wirkung.

23. Dezember 1705 – Ein bäuerliches Aufgebot trifft sich in Schäftlarn

Schäftlarn * Ein bäuerliches Aufgebot von rund 3.000 Mann aus den verschiedensten Gerichtsbezirken und Hofmarken treffen sich in Schäftlarn. Vom Landgericht Tölz 500 Mann, vom Klostergericht Benediktbeuern 200 Mann, vom Klostergericht Tegernsee 200 Mann, aus den Hofmarken Reichersbeuern, Sachsenkam und Dietramszell 100 Mann, vom Landgericht Aibling und der Grafschaft Hohenwaldeck 600 Mann, aus der Grafschaft Valley 300 Mann, vom Landgericht Rosenheim 70 Mann, vom Landgericht Starnberg 200 Mann und vom Landgericht Wolfratshausen 600 Mann. Etwa ein Drittel der Männer haben Gewehre, der Rest ist mit den typischen Bauernwaffen ausgestattet. Das Aufgebot umfasst 300 Reiter und verfügt über sechs Geschütze. Am Nachmittag treffen sich in Schäftlarn die Anführer der Aufständischen zu ihrer ersten Beratung. Das Kommando über den gesamten Heerhaufen wird dem kurbaierischen Hauptmann Matthias Mayer übertragen. Er weigert sich und übernimmt den Oberbefehl erst nach massivem Druck. Zum Unterkommandanten wird Leutnant Johann Houis ernannt. Die Schützen führt der „Jägeradam“ Schöttl, die Reiterei der Tölzer Pflégskommissär Joseph



Ferdinand Dänkel an. Als am Abend ungünstige Nachrichten aus München eintreffen, wollen Hauptmann Matthias Mayer und eine ganze Reihe von Beamten das ganze Vorhaben abblasen. Doch Pflegskommissär Dänkel, Kriegskommissär Fuchs und der Münchner Weinwirt Jäger setzen sich mit aller Kraft für den „Marsch nach München“ ein.

5. Oktober 1799 – Die Hundesteuer wird eingeführt

München * Kurfürst Max IV. Joseph genehmigt die Einführung einer Hundesteuer und der Hundemarke für „in hiesiger Haupt- und Residenzstadt München ohne Noth und bloß zur Üppigkeit gehaltene Hunde“. Sie beträgt jährlich 2 Gulden. Bei Zuwiderhandlung ist eine Strafe in Höhe von 5 Gulden fällig.

3. Mai 1813 – Die „Alte Isarkaserne“ erhält ihren Namen

München-Isarvorstadt * Den Namen „Alte Isarkaserne“ erhält die Truppenunterkunft, als am Standort des heutigen Deutschen Marken- und Patentamts an der Zweibrückenstraße die „Neue Isarkaserne“ bezogen wird. Das bedeutet jedoch nicht, dass der ältere Kasernenbau fortan ungenutzt bleibt - auch wenn er zeitweise leer steht oder nur von einigen Stallwachen und Pferden belegt ist. Aufgrund der wiederholter Aufnahme und Verlegung wechselnder Truppenteile muss die Anlage mehrfach umgebaut werden.

3. Mai 1813 – Ein Teil der Neuen Isarkaserne ist bezugsfertig

München-Isarvorstadt * Ein Teil der Neuen Isarkaserne an der Zweibrückenstraße, am Standort des heutigen Marken- und Patentamtes, ist mit Zimmern für 428 Mann und Stallungen für 104 Pferde bezugsfertig.

1840 – In England wird eine Postreform durchgeführt

Großbritannien * In England wird eine Postreform durchgeführt, die ein einfaches und kundenfreundliches Tarifsysteem beinhaltet. Es basiert auf dem Grundsatz, dass die niedrig bemessene und nur nach Gewicht gestaffelte Portogebühr ohne Rücksicht auf die Entfernung erhoben wird und hofft, dass durch die preiswerte Briefbeförderung die Zahl der versandten Briefe und damit auch die Einnahmen steigen werden. Dazu werden Briefmarken eingeführt.



1845 – König Ludwig I. will eine Briefmarke

München - London * König Ludwig I. lässt an den königlichen Gesandten in London, Baron de Getto, einen langen Brief schreiben: „Bekanntlich wird auf den englischen Posten das Porto für inländische Correspondenz nicht in der anderwärts üblichen Weise berechnet, sondern mittelst eigentümlicher Stempel erhoben“. Mit diesem „Stempel“ meint Ludwig I. die Briefmarke mit dem Konterfei der damals zwanzigjährigen Königin Viktoria.

April 1848 – König Max II. gibt den Auftrag zum Druck der Briefmarke

München * Die Anweisung zum Druck einer bayerischen Briefmarke kann Ludwig I. nicht mehr geben, da er zugunsten seines Sohnes Max II. abdanken muss. Der neue Regent handelt dann unverzüglich. Wieder einmal sind in Deutschland die Bayern vorne. Nach dem Bau der ersten Eisenbahn und der Erfindung der ersten deutschen Kurzschrift, des Schreibtelegraphen, der Fotografie und der elektrischen Uhr schauen insbesondere die Preußen abermals neidisch nach München.

1. November 1849 – Der Schwarze Einser wird herausgegeben

München-Graggenau * Der königliche Postbeamte am Münchner Hauptpostamt gibt die erste deutsche Briefmarke, den „Schwarzen Einser“, heraus. Erst einen Tag nach der Ausgabe der ersten Bayern-Marke werden die Münchner über die Neuerung im Intelligenzblatt informiert. „Die Marken“, so kann man lesen, „sind jedesmal von dem Absender auf der Adreßseite des Briefes etc. im oberen Eck links durch Befeuchten des auf denselben befindlichen Klebstoffes gut zu befestigen“. Geregelt werden in dem königlichen Erlass auch die Gebühren, Taxen genannt. Ein Brief innerhalb Münchens kostet einen Kreuzer [„Schwarzer Einser“]. Für Briefe, die nicht weiter als zwölf Meilen [knappe 20 Kilometer] verschickt werden, muss man drei Kreuzer berappen, sonst das Doppelte. Ein kleiner Preisvergleich: Für einen Kreuzer erhält man im Jahr 1849 ein Pfund Roggenbrot. Ein Pfund Schweinefleisch kostete zehn Mal soviel. Die Herstellung des Spezialpapiers bereitet solche Probleme, dass die ersten bayerischen Briefmarken vier Wochen später als ursprünglich vorgesehen in die Postämter kommen. Peter Hasenay, der im Hauptberuf Geldscheine zeichnet, muss nur drei Werte entwerfen: „1 Kreuzer schwarz“, „3 Kreuzer blau“ und „6 Kreuzer braunrot“; erst im darauffolgenden Jahr kommt noch eine weitere Marke hinzu: die „9 Kreuzer grün“. Zu dieser Zeit ist die erste Marke, der „Schwarze Einser“, schon wieder aus dem Handel gezogen. Der Schwärze wegen, denn sie macht die Stempel unleserlich. Die General-Verwaltung der königl. Posten und Eisenbahnen gibt



eine neue, weniger schwarze Einser heraus. Von der ursprünglichen Marke werden rund 725.000 Stück verkauft.

1852 – Die bayerischen Briefmarken sind halt einfach schöner

Berlin * Die wegen dauernder Verletzung des Briefgeheimnisses arg ramponierte Thurn- und Taxis-Post, die in Preußen noch das Monopol hat, kann erst jetzt nachziehen. Doch das Format und Design ihrer Briefmarken sind nur ein Abklatsch des bayerischen Vorbildes. Im Gegensatz zum Schwarzen Einser stehen diese preußischen Freimarken noch heute nicht besonders hoch im Kurs.

31. Dezember 1881 – Völkerschau: „Die Wilden der Feuerlands-Inseln“

München-Lehel * Bis zum 4. Februar 1882 können die Münchnerinnen und Münchner die „Wilden der Feuerlands-Inseln“ bewundern. Für sie wird extra eine Schaubude an der Zweibrückenstraße errichtet. Sie liegt gegenüber der Neuen Isarkaserne, dem heutigen Patent- und Markenamt. Die „Feuerländer-Völkerschau“ ist trotz der hohen Eintrittspreise ein voller Erfolg. Der reservierte Platz kostet immerhin eine Mark, erste Plätze 50 Pfennig und zweite Plätze 25 Pfennig.

16. November 1884 – Die Marke „Marco Polo Tee“ im Register der geschützten Markenzeichen

Berg am Laim * Die Marke „Marco Polo Tee“ wird unter der Nummer 347 ins Register der geschützten Markenzeichen eingetragen. Das Produkt der Firma Franz Kathreiner's Nachfolger ist eines der ältesten geschützten deutschen Markenzeichen.

1. Mai 1886 – Am Haymarket in Chicago kommt es zu blutigen Straßenkämpfen

Chicago * Am Haymarket in Chicago kommt es zu blutigen Straßenkämpfen mit der Polizei. In der Folge werden acht Gewerkschaftsführer verhaftet und nach einer konstruierten Anklage zum Tode verurteilt. Vier davon werden auch hingerichtet.

8. Mai 1886 – Coca Cola in der Apotheke erhältlich



Atlanta - USA * Der Apotheker John Stith Pemberton entwickelt 1886 in Atlanta ein neues Getränk namens Coca-Cola. Ursprünglich ist es als medizinisches Tonikum gedacht. Wegen Alkoholverboten ersetzt Pemberton Wein durch eine Mischung aus Coca-Blättern, Kolanüssen und Zucker. Sein Buchhalter Frank Mason Robinson erfindet den Namen und das berühmte Logo. Anfangs wird Coca-Cola in Apotheken verkauft, später entwickelt sich daraus eine weltbekannte Marke. Am 8. Mai 1886 wird Coca-Cola erstmals in der Apotheke Jacob's Pharmacy in Atlanta verkauft. Ein Glas kostet damals fünf Cent. Anfangs wird das Getränk verkauft als Mittel gegen: Müdigkeit Kopfschmerzen Nervosität Verdauungsprobleme

1888 – Ludwig Petuel nennt seine Brauerei Salvatorbrauerei

Vorstadt Schwabing * Ludwig Petuel nennt seine Brauerei Salvatorbrauerei. Ein langwieriger Kampf um den Markennamen entzündet sich.

25. März 1888 – Schwere Reiter räumen den Nockherberg

München-Au * Da Gendarmen und Infanteristen die Massenschlägerei nicht beenden können, werden 50 Schwere Reiter aus der Neuen Isarkaserne an der Zweibrückenstraße angefordert. Auf dem Gelände befindet sich heute das Deutsche Patent- und Markenamt. Als die berittene Einheit auf dem Nockherberg eintrifft, verbünden sich die zuvor gegeneinander kämpfenden Gruppen gegen die Soldaten. Die Aufständischen werfen Pferde und Reiter mit Steinen und Maßkrügen. Daraufhin erhalten die Schwere Reiter den Befehl zum Eingreifen. Sie drängen in die Menge und schlagen mit den flachen Seiten ihrer Säbel auf die Beteiligten ein. Den Reitern gelingt es schließlich, die Menschenmenge auseinanderzutreiben und die Kellerhalle sowie den Biergarten zu räumen. Die meisten Beteiligten können fliehen; lediglich 20 Personen werden festgenommen. Zahlreiche Menschen erleiden Verletzungen, einige von ihnen schwere. Das „Skandaljahr“ 1888 bleibt in München und im Umland noch lange in Erinnerung. Berichte über die „Bierschlacht in München“ erscheinen auch in ausländischen Zeitungen – bis nach Madrid und Sankt Petersburg.

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.

1891 – Die Marke „Kathreiner's Kneipp Malzkaffee“ wird patentiert

Berg am Laim * Die Marke „Kathreiner's Kneipp Malzkaffee“ wird patentiert. Das Produkt steigt zum namhaftesten Markenartikel der deutschen Kaffeebranche auf.

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 – Die Dampfbäckerei Franz Karl am Platzl

München-Graggenau * Um 1900 firmiert der Betrieb als „Dampfbäckerei und Mehlhandlung Franz Karl“. Aus dieser Zeit sind mehrere Reklamemarken erhalten. Sie tragen die Aufschrift „Älteste Bäckerei am Platze“ und belegen, dass das Unternehmen gezielt mit seiner langen Tradition wirbt. Auch wenn sich diese Werbeaussage heute nicht eindeutig überprüfen lässt, deutet sie darauf hin, dass die Familie Karl ihre Bäckerei bereits um die Jahrhundertwende als alteingesessenen und traditionsreichen Handwerksbetrieb versteht.



Juni 1903 – Die Münchner Brockensammlung

München-Isarvorstadt * In den Mitteilungen der Münchner Brockensammlung heißt es: „Die Münchner Brockensammlung erbittet und läßt kostenfrei durch ihre Leute abholen: Alte, auch zerbrochene Möbel, jeder Art gebrauchter Kleiderstücke, Wäsche, abgetragene Schuhe, Hüte, Strümpfe, alle Arten Bücher, Broschüren, Zeitungen, Papier, Marken, Zeugreste und Lumpen, Schirme, Zigarrenabschnitte, Korke, Staniolkapseln, Flaschen, Glas, Körbe, altes Werkzeug, Metall und Geschirre aller Art, Militär-Effekten, kurz alles, was im Hause unnütz umherliegt.“ Da stellen also die wohlhabenden Bürger Münchens ihre ausgedienten oder aus der Mode gekommenen Möbel und Dinge des täglichen Bedarfs, kurz „all den Kram des Speichers und Kellers, der überflüssig, hindernd und störend im Wege liegt“, kostenlos zur Verfügung, um sie dann an Interessenten zu verkaufen oder - zu kleinsten Preisen - den Bedürftigen zur Verfügung zu stellen. Lumpen, Knochen und Altmetall werden in eigens aufgestellten Tonnen gesammelt und dann zur Weiterverarbeitung an einschlägige Unternehmer weiterverkauft. Die privaten Organisatoren geben die Gegenstände an die Bedürftigen ausdrücklich nicht gratis ab. Im Gegenteil, sie legen großen Wert darauf, dass die Käufer eine - wenn auch noch so geringe - Eigenleistung erbringen. Man will den Bedürftigen zwar tätige Hilfe zukommen lassen, ohne sie jedoch in die Rolle von würdelosen Almosenempfängern zu drängen.

Juni 1905 – Polemik der „Münchener Bier-Chronik“ gegen die Unionsbrauerei

München-Haidhausen * Die wöchentlich erscheinende „Münchener Bier-Chronik“, eine Fach- und Werbezeitschrift der Münchner Brauereien, berichtet über das Brauwesen, wirtschaftliche Entwicklungen sowie die Münchner Bierkultur. Im Juni 1905 greift sie einen Rechtsstreit zwischen der Unionsbrauerei und einem Münchner Wirt auf. Anlass ist die Klage der Unionsbrauerei gegen den Wirt eines Gasthauses, das den geschützten Namen „Schützenlisl“ führt, obwohl dort Bier von Löwenbräu ausgeschenkt wird. Die Darstellung der Schützenlisl ist als Schutzmarke der Münchner Kindl Brauerei eingetragen und befindet sich nach deren Fusion im rechtlichen Besitz der Unionsbrauerei. Da der Wirt kein Bier der Unionsbrauerei ausschenken kann oder will, muss er den Namen seines Gasthauses ändern. Die „Münchener Bier-Chronik“ nutzt den Fall für eine polemische Attacke auf die Unionsbrauerei und kommentiert: „Dieses Beispiel diene den anderen Herren Brauereibesitzern zum Spiegel, wie ‚kollegialisch‘ die Unionsbrauerei auf die Hektoliterjagd geht.“ Anschließend schlägt die Berichterstattung in offenen Antisemitismus um. Die Zeitung behauptet, eine „jüdische Schützenlisl“ sei ohnehin nicht mehr von Interesse, „denn sobald das Weibsbild einmal ‚jüdisch‘ geworden, beschnüffelt sie kein rädiger Hund mehr, viel weniger ein echter Bajuware.“ Die diffamierenden und antisemitischen Angriffe der „Münchener Bier-Chronik“ führen wenig später zum sogenannten „Dividendenwasser-Prozess“, in dem sich



Joseph Schüle in erfolgreich gegen die Zeitung zur Wehr setzt.

27. März 1917 – Gefälschte Brotmarken

München * In München tauchen gefälschte Brotmarken auf. Die Polizei ermittelt, dass der 25-jährige Buchdrucker Hermann Wolleben die Brotmarken in einem Rückgebäude in der Schellingstraße die Zinkplatten hergestellt hatte. Gedruckt wurden die Marken in der Buchdruckerei Dammerhuber. Die gefälschten Lebensmittelmarken wurden im Mathäserbräu stückweise um 30 Pfennig verkauft.

5. Juni 1917 – 700 Zentner Mehl ergaunert

München * Das Lebensmittelamt deckt einen umfangreichen Betrug auf: „Die 17 Jahre alte Bäckermeistertochter Margarethe Krug hatte längere Zeit durch geschickte Fälschung von Zwischenscheinen für eingelieferte Brotmarken sich eine Mehrzuweisung von fast 700 Zentnern Mehl verschafft. Dasselbe wurde im väterlichen Geschäft verarbeitet und z.T. um Wucherpreise ohne Marken weiterverkauft.“ Die Schwindlerin kann festgenommen werden.

8. Februar 1919 – Zahl der Arbeitslosen auf Rekordmarke gestiegen

München * Die Zahl der Arbeitslosen ist in München um über 2.200 von 38.022 auf die Rekordmarke von 40.228 gestiegen. Gleichzeitig hat die ausbezahlte Unterstützung von 1.475.000 auf 1.310.000 Mark abgenommen.

1. März 1919 – Überdruckte Briefmarken

München * In den Postämtern kommen Briefmarken des Freistaats Bayern zur Ausgabe. Es sind Marken der letzten Ausgabe mit dem Königsbild, das schwarz mit Volksstaat Bayern überdruckt sind.

18. September 1942 – Juden erhalten keine Fleisch-, Milch-, Raucher- und Weißbrotmarken mehr

Berlin * Juden erhalten keine Fleisch-, Milch-, Raucher- und Weißbrotmarken mehr.



Mai 1945 – Bei der Schutträumung haben die Verkehrswege Vorrang

München * Bei der Schutträumung haben die Verkehrswege Vorrang, sodass bereits erste Straßenbahnen ihren Betrieb wieder aufnehmen können. Die ersten Straßen werden von kriegsgefangenen deutschen Soldaten freigelegt. Diese werden unterstützt von NSDAP-Mitgliedern, die von den US-Besatzern zur Mitarbeit gezwungen werden. Ohne ihre Mithilfe bekommen sie keine Marken für Lebensmittel. Das Münchner Stadtarchiv zählt nicht mehr als 1.500 Menschen, die sich in nennenswertem Umfang am Schutträumen beteiligt haben. Davon waren etwa 1.300 Männer und 200 Frauen. Von diesen waren wiederum 90 Prozent zuvor in nationalsozialistischen Organisationen tätig gewesen.

14. September 1946 – Auf der Theresienwiese wird ein Herbstfest eröffnet

München-Theresienwiese * Vertreter der Stadt und der Militärregierung eröffnen auf der Theresienwiese - statt des Oktoberfestes - ein Herbstfest. Statt des Märzenbieres gibt es Dünnbier. Gegen Abgabe bestimmter Marken gibt es Brote, Wurst oder Backwaren. Die nicht mehr zeitgemäßen Schießbuden sind durch Ring- und Ballwurf-buden ersetzt worden. Wiesn-Musik gibt es nur in einem der zwei Bierzelte. Das Herbstfest ist noch kein Oktoberfest, aber der Anfang ist gemacht. Für die Landeshauptstadt ist das Herbstfest ein finanzieller Erfolg.

21. Februar 1958 – „Chillup“ wird als Marke angemeldet

München-Isarvorstadt * Knapp neun Jahre nach der mutmaßlichen Erfindung der Currywurst meldet Herta Heuwer beim Deutschen Patentamt die Fantasiebezeichnung „Chillup“ als Marke an. Der Name ist ein Kofferwort aus „Chili“ und „Ketchup“.

23. November 1958 – Es bleibt bei der Dreierkoalition aus CSU, GB/BHE und FDP

Freistaat Bayern * Bei der Wahl zum Bayerischen Landtag ist die CSU die eindeutige Wahlgewinnerin. Die CSU kann ihren Stimmenanteil von 38,4 auf 45,6 Prozent erhöhen. Die SPD verbessert ihr Ergebnis um 2,7 Prozent auf 30,8 Prozent. Die Bayernpartei - BP, der Gesamtdeutsche Block/Bund der Heimatvertriebenen und Entrechteten - GB/BHE sowie die FDP fallen nach zum Teil massiven Verlusten unter die Zehnprozent-Marke. Der Trend zum Zweiparteien-System schält sich schon bei dieser Wahl deutlich heraus. Obwohl die CSU mit 101 Sitzen fast die absolute Mehrheit erreicht hat, bleibt es bei der Dreierkoalition aus CSU,



GB/BHE und FDP. Zum Ministerpräsidenten wird Hanns Seidel gewählt. Sein Stellvertreter, Rudolf Eberhard, gehört aber aufgrund der Mehrheitsverhältnisse nun auch der Christlich Sozialen Union an.

21. Januar 1959 – Eintragung der Marke „Chillup“

München-Isarvorstadt * Die Wort-Bild-Marke „Chillup“ wird unter der Nummer 721319 als Warenzeichen für „Spezial-Soße“ in die Zeichenrolle des Deutschen Patentamts eingetragen. Herta Heuwer spricht häufig von einem Patent. Tatsächlich ist jedoch nicht das Rezept geschützt, sondern die Bezeichnung „Chillup“ als Marke. Ein Patent auf die Rezeptur hätte zudem die Offenlegung ihrer genauen Zusammensetzung vorausgesetzt. Das Rezept bleibt geheim. Nach eigener Darstellung vernichtet Heuwer die schriftlichen Aufzeichnungen bereits Jahre vor ihrem Tod. Auch ein Lebensmittelunternehmen soll sich vergeblich um die Rezeptur und die Markenrechte bemühen.

1980 – Das Togonalwerk ist Markenführer im Bereich „Fußpflege“

München-Bogenhausen * Mit „efasit“, das das Togonalwerk seit dem Jahr 1938 herstellt, wird die Münchner Firma an der Ismaninger Straße zum Markenführer im Bereich „Fußpflege“.

1991 – Ein Bugatti Royale Typ 41 für über 10 Millionen US-Dollar versteigert

Atlanta * Bei einer Auktion in Atlanta (USA) überschreitet die Bietersumme für einen Bugatti Royale Typ 41 die Marke von 10 Millionen US-Dollar. Ein nicht genannter Japaner erhält den Zuschlag. Den Bugatti Royale verehren Liebhaber noch heute als „das schönste Auto der Welt“.

1994 – Der Gebissersatz Marke Seehofer erhält den Blödsinnstaler

München-Graggenau - München-Angerviertel * Im Valentin-Museum wird wieder einmal der Blödsinnstaler für den größten Blödsinn des Jahres vergeben. Es ist der „Gebissersatz Marke Seehofer“ - ein Fleischwolf, der die Speisen so zerkleinert, dass sie auch ohne Zähne verspeist werden können.



2005 – Anheuser-Bush Inbev übernimmt Löwenbräu und Spaten

USA * Der Konzern Anheuser-Bush Inbev übernimmt die Münchner Traditionsmarken Löwenbräu, Spaten und Franziskaner. Das belgisch-brasilianisch-amerikanische Unternehmen ist durch immer neue Milliardenübernahmen zum weltweiten Marktführer in Sachen Bier geworden; mit einem Umsatz von 40 Milliarden Dollar und hohen Gewinnen.

2010 – Tierpark Hellabrunn: erstmals die 1,5-Millionen-Marke überschritten

München-Giesing * Die Besucherzahlen des Tierparks Hellabrunn überschreiten die 1,5-Millionen-Marke.

4. Dezember 2013 – Kritik am Gedenkstein für die Trümmerfrauen

München-Graggenau * Die GRÜNEN-Landtagsabgeordneten Katharina Schulze und Sepp Dürr stülpen über den im Mai aufgestellten „Gedenkstein für die Trümmerfrauen und die Aufbaugeneration“ am Marstallplatz einen braunen Sack. Dieser trägt die Aufschrift: „Den richtigen ein Denkmal. Nicht den Alt-Nazis. Gegen Spaenles Geschichtsklitterung.“ Die Begründung: Er vermittelt „ein falsches Bild von den Aufräumarbeiten in der Stadt. Mehr als 90 Prozent der Männer und Frauen, die später zu Trümmerfrauen stilisiert wurden, waren zwangsverpflichtete Alt-Nazis, die um ihre Essensmarken bangten“.

2015 – Namensrechte an der „Münchner-Kindl-Brauerei“ erworben

München-Giesing * Der Traunsteiner Brauunternehmer Dietrich Sailer erwirbt - kostenfrei - die Namensrechte an der „Münchner-Kindl-Brauerei“. Sie liegen bei Löwenbräu, das zum internationalen Braukonzern AB-Inbev gehört. Doch weder in der deutschen Zentrale in Bremerhaven, noch in der europäischen in Belgien oder dem Firmenhauptquartier in Südamerika will irgendjemand etwas damit anfangen. Und so kehrt eine Münchner Traditionsmarke wieder nach München zurück.

13. September 2018 – Wiesen ist nun eine europaweit geschützte Marke

Alicante * Wiesen ist nun ein für mindestens zehn Jahre europaweit geschützter Begriff. Das



Intellectual Property Office der Europäischen Union - EUIPO, das Amt für geistiges Eigentum in Alicante, hat den Münchner Antrag von Ende 2015 positiv beschieden und Wiesen als Wortmarke mit Wirkung zum 13. September eingetragen. Die Wortmarke bleibt nun für zehn Jahre, also mindestens bis Ende 2025 geschützt. Der Begriff Oktoberfest wird vermutlich demnächst auf europäischer Ebene geschützt sein.

30. Mai 2021 – Alle Bundesländer erreichen Inzidenz unter 50

Bundesrepublik Deutschland * In allen deutschen Bundesländern ist der Sieben-Tage-Inzidenzwert auf unter 50 gerutscht, nachdem auch Thüringen mit 47,5 unter dieser Marke liegt. Bundesweit liegt der Wert bei 35,2. München hat - trotz leichten Anstiegs - die Marke von 30,7 erreicht.

29. Juni 2021 – 7-Tage-Inzidenz wieder über 10

München * Nur eine Woche liegt der Sieben-Tage-Inzidenzwert für München unter der Marke von 10,0. Am 29. Juni steigt er wieder auf 10,6 an.
