

## ÖGL verspricht „magische Töne“

Magische Töne mit Startenor Volker Bengl erwarten die Besucher des vorweihnachtlichen Liederabends, zu dem die Österreichische Gesellschaft für Lebensberatung mit Präsidentin Elfriede Zörner an der Spitze am Donnerstag, 3. Dezember, um 19.30 Uhr in die Linzer Minoritenkirche einlädt.

Die Karte kostet 20 Euro (17 Euro im Vorverkauf). Kartenbestellungen sind unter Tel. 0676-7766557 möglich. Der Reinerlös des Konzerts geht an das Projekt „Musikalische Ausbildung für Menschen mit Beeinträchtigung“.



Startenor Volker Bengl bezaubert in Linz mit „magischen Tönen“.



**Yachtenluxus** Als das Kompetenzzentrum für Boote gilt das Linzer Unternehmen Boote Feichtner in der Saxingerstraße seit vielen Jahren. Verständlich, dass man sich für die 25. Hausmesse, die von morgen, 21. November, bis 29. November läuft, etwas Besonderes einfallen ließ. Über 100 Boote werden zur Schau gestellt. Als besonderen Blickfang avisiert Elisabeth Hötzing-Feichtner die Princess V56 (Bild), die in Linz ihre Österreich-Premiere feiert. 17,45 m lang, 23 t schwer und von zwei 800 PS starken Diesellaggregaten angetrieben, bietet diese Yacht allen erdenklichen Luxus mit drei klimatisierten Kabinen, zwei Badezimmern, Küche, Sonnenliege u.v.m. an Bord. Premiere feiern auch die Sea Ray 240 SDA und die Sea Ray Pachanga 22. Vorbeischaun ist also für Bootfans geradezu Pflicht. Alle Details unter [www.bootefeichtner.at](http://www.bootefeichtner.at)

Bezahlte Anzeige

## Typisch österreichisch

Hirschgeweih, Gartenzwerg, Kuckucksuhr oder doch Stiegl...? Was von den Studierenden der Universität für Angewandte Kunst Wien als „typisch österreichisch“ empfunden wird, ist ab sofort auf den neuen Etiketten der Stiegl-Braukunst-Edition zu sehen. Unter dem Motto „HeimART“ entwarfen die Nachwuchskünstler zwölf Flaschenetiketten für Österreichs größte Privatbrauerei. Die aktuelle Braukunst-Edition spiegelt österreichische Klischees originell wider und lässt mit kreativ-amüsanten Motiven Nostalgiegefühle aufkommen. „Typisch österreichisch“ ist definitiv der Inhalt der aktuellen Braukunst-Edition, denn gefüllt sind die grünen, formschönen 0,33-Liter-Mehrwegflaschen mit Stiegl-Goldbräu.



**HeimART heißt die neue Braukunst-Edition von Stiegl, die ab sofort in der Gastronomie in ganz Österreich erhältlich ist. Im Bild das Motiv „I AM FOAM AUSTRIA“ von Marc Damm.**

© Stiegl

## Web als Braumeister: [www.dasistmeinbier.at](http://www.dasistmeinbier.at)

Dass gerade das Mühlviertel für kreative Bierideen ein fruchtbarer Boden ist, ist mittlerweile hinlänglich bekannt. Jetzt sollen sich Schaumkronenfans sogar über Internet ihr eigenes Bier brauen können. Die neue Internet-Gemeinschaft [www.dasistmeinbier.at](http://www.dasistmeinbier.at) hat sich zum Ziel gesetzt, ein eigenes Bier zu kreieren, vertritt Wolfgang Neubauer als einer der Entwickler dieses Projekts.

Mitglieder des Internetportals [www.dasistmeinbier.at](http://www.dasistmeinbier.at) haben die Möglichkeit, über ein sechsstufiges Abstimmungsverfahren zu entscheiden, welches Bier nach welchem Rezept letztlich aus dem Zapfhahn fließen soll. Wasser, Malz, Hopfen, Hefe und das Brauverfahren sind die wesentlichen Einflussfaktoren.

Mit dabei ist Peter Krammer, der „bierfindige“ Chef der St. Martiner Traditionsbrauerei Hofstetten, in der die Internet-Bierkreation dann gebraut werden soll: „Ich bin gespannt, mit

welchen Herausforderungen ich von den ‚Web-Brauern‘ konfrontiert werde.“ „Unser erstes Bier wird den Namen ‚2010er‘ tragen, ganz einfach, weil die Abstimmungen zum Jahreswechsel abgeschlossen sein werden und das so kreierte Bier zu Beginn des neuen Jahres gebraut werden wird“, kennt Neubauer bereits den Namen für die künftige Bierkreation, die ab nächstem Jahr dann auch die Angebotspalette der Brauerei Hofstetten um ein interessantes Produkt erweitern soll.

Alle Bierfreunde über 18 Jahre sind also aufgerufen, sich über [www.dasistmeinbier.at](http://www.dasistmeinbier.at) als „Genussbier-Entwickler“ an diesem Internetprojekt zu beteiligen. Die Entscheidungsfindung erfolgt laut Strategieentwickler Harald Schützinger völlig demokratisch: „Es wird genau jenes Bier gebraut, für das sich die Mehrheit unserer Community-Mitglieder entscheidet.“