

Ausgabe 02

Juli 2022

Österreichische Post AG
Firmenzeitung 12Z039368 F
Retouren an Postfach 555, 1008 Wien
Foto: Kurt Hörbst für LIWEST

 LIWEST

Magazin

Start-up-Unternehmer
Franz Tretter

Auf Treue bauen

+ Digitale Landwirte

Wie 5G-Technologie beim Klimaschutz
und in der Landwirtschaft hilft.

+ Gefährliche Challenges

Was Jugendliche zu waghalsigen Mutproben
in sozialen Netzwerken treibt.

Beste TV-Unterhaltung für die ganze Familie.



Die neuesten Serien, topaktuelle Blockbuster
und exklusiver Live-Sport.



Jetzt Sky sichern:

 LIWEST Shop  sky.at/liwest  0800 94 24 24

Inhalt

Sommer 2022

START-UP-UNTERNEHMER

Franz Tretter

Der Oberösterreicher hat hello again gegründet und zu einem internationalen Top-Anbieter von Lösungen zur digitalen Kundenbindung gemacht.

4 – 9



5G in Landwirtschaft und Klimaschutz

Die Digitalisierung hilft bei Flächen- und Herdenmanagement, Pflanzenbau oder Maschinen-Steuerung.

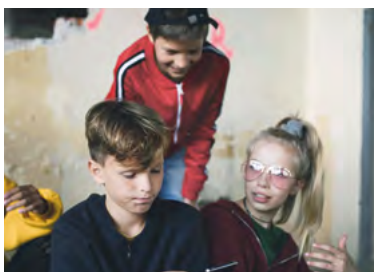
14 – 15



Gefährliche TikTok-Challenges

Junge Menschen machen riskante Aktionen für den Ruhm in sozialen Medien – auch in Oberösterreich.

20 – 21



- 10** Mit runderneuertem Handy sparen & Umwelt schützen
- 11** Krisen, Kriege, Katastrophen – wieviel vertragen wir?
- 13** Wasserversorgung im Zeichen der Digitalisierung
- 16** Austria Comic Con | Online am Strand | App-Tipp
- 17** Kultur: Karten gewinnen für Stadt Haag und Steyr
- 18** Gamingtrends: Immer und überall spielen
- 19** King of the Ping: Mitspielen und gewinnen!
- 22** Neuer LIWEST-Shop im HEY! Steyr eröffnet

IMPRESSUM: Kundenmagazin der LIWEST Kabelmedien GmbH, Ausgabe 02/2022

Für den Inhalt verantwortlich: LIWEST Kabelmedien GmbH, Lindengasse 18, 4040 Linz, office@teamlwest.at, liwest.at
 Redaktion LIWEST: Theresa Mayr, Stefan Hackl, Daniela Ehrenguber, Ruth Empacher.
 Texte & Grafik: naderer communication. Fotos: Kurt Hörbst, istockfoto, LIWEST, naderer communication uva.
 Stand: Juli 2022. Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten.



LIWEST-Geschäftsführer
DI Dr. Stefan Gintenreiter

Mit Vertrauen in den Sommer

Im Moment genießen die meisten Menschen eine Zeit ohne Einschränkungen und fürchten zugleich, dass sie bald wieder vorbei sein könnte. Wir erleben das Bedürfnis nach persönlicher Begegnung stärker denn je, freuen uns und sind immer noch verunsichert. Nach zwei Jahren der Pandemie spüren viele auch die sogenannte „Infodemie“: Die Flut an Informationen und Meinungen rund um das „C-Wort“ hat die Menschen misstrauisch und müde gemacht. In einer weltweiten Umfrage mit 36.000 Befragten sank das allgemeine Vertrauen in Regierungen, Institutionen, Unternehmen, aber auch NGOs und Medien heuer um bis zu 12 Prozent (*Edelman Trust Barometer 2022*). Vertrauen gilt als wichtigste Währung in der Krise. Wie ein junges Start-up aus Leonding immer mehr internationalen Unternehmen beim Thema Vertrauen und Kundentreue hilft, erzählt dessen Gründer auf den folgenden Seiten.

Von Mensch zu Mensch seit 44 Jahren

Wir von LIWEST setzen seit unserer Gründung auf Kundennähe und persönlichen Kontakt. Wir bieten zu allen unseren Telekommunikationsdiensten Beratung und Service aus einer Hand. Mit unseren geschulten Mitarbeitern sind wir für unsere Kunden der Partner, der sich Zeit nimmt und sich um alle Produkte und Fragen kümmert. Dafür betreiben wir auch mehrere Shops. Den LIWEST-Shop in Steyr haben wir gerade neu eröffnet und viele interessierte Menschen getroffen (*mehr auf S. 22-23*). Freuen wir uns alle auf sympathische und heitere Begegnungen und eine unbeschwernte Sommerzeit!

Stefan Gintenreiter



Ing. Franz Tretter, MSc ist Jahrgang 1983 und stammt aus Waldneukirchen. Im nahen Steyr absolvierte er die HTL, Abteilung Maschinenbau, und erlangte an der FH Krems seinen Master in Online Media Marketing. Schon im Alter von 17 Jahren startete er mit zwei Freunden die Event-Seite [scene1.at](#) und baute sie rasch zur größten Web-Plattform in Österreich aus. Danach arbeitete er im Team von Florian Gschwandtner für die Fitness-Plattform Runtastic. 2017 gründete er mit drei Co-Foundern die [hello again GmbH](#) und baut mit aktuell 70 Mitarbeitern vielfältige Apps zur Kundenbindung für mittelständische Unternehmen im In- und Ausland. Franz Tretter wohnt mit seiner Lebensgefährtin in Linz. Er betreibt Ausdauersport, geht in die Berge und verbringt als „geselliger Wirtsbub“ gerne Zeit mit Freunden.

FRANZ TRETTER

Auf Treue bauen

Ein heimisches Start-up-Unternehmen mit dem melodiosen Namen „hello again“ hat eine digitale Lösung zur Kundenbindung entwickelt und bereits in 25 Ländern etabliert.

Warum sich Treue auch im Lockdown lohnt und welchen Beitrag Künstliche Intelligenz leistet, schildert Gründer und CEO Franz Tretter.

Als 17-jähriger war Franz Tretter jedes Wochenende bei Festen und Veranstaltungen. Allerdings beruflich: Er hatte gerade die Internetseite scene1.at gestartet. „Party war ein Teil meiner Arbeit,“ lacht er und erinnert sich an die Zeit nach der Jahrtausendwende. „Wir waren mit einem ‚Meet Point‘ auf den Events vertreten. Es hat sich nicht so anders angefühlt als das Leben anderer Jugendlicher.“ Die Plattform entwickelte sich – in heutigen Kategorien – zum ersten österreichweiten sozialen Netzwerk. Da war der Begriff „Start-up“ noch ein echtes Fremdwort. Wirtschaftliches Denken und den Umgang mit Menschen lernte Franz Tretter schon von klein auf. Seine Mutter belohnte als Wirtin im Ausflugsgasthaus „Hohe Linde“ den jugendlichen Franz mit Taschengeld fürs Mithelfen. „Damit habe ich mir meinen ersten Akkuschauber gekauft, um ein Baumhaus zu bauen.“ Selbst verdient hat er auch das Geld fürs erste Moped – eine Leidenschaft, die er mit seinem Freund Florian Gschwandtner teilt. „Ich war von Jugend an gewohnt, aktiv und initiativ zu sein“, sagt der Wirtsbub.

Beim Kunden ankommen

Diese Einstellung führte ihn nach HTL- und FH-Abschluss sowie 13 Jahren an der Spitze von scene1.at zu Gschwandtners Fitness-App Runtastic. 2017 gründete er schließlich mit Michael Schöndorfer, Mario Pecile und Sebastian Auberger das Unternehmen hello again. „Wir bauen Apps zur



Der Wirt kennt seine Kunden.

Auch in der digitalen Welt geht es um die kundenrelevante Ansprache.

Dabei ist das Smartphone der wichtigste Begleiter.

Kundenbindung“, erklärt CEO Franz Tretter kurz und bündig. Im Wirtshaus beginnt Kundenbindung damit, dass der Kellner weiß, was der Stammgast gerne trinkt. „Der Wirt kennt seine Kunden. Auch digital gilt die kundenrelevante Ansprache. Das Smartphone hat man immer mit, es ist der wichtigste Begleiter. Mit unserer Lösung helfen wir Unternehmen, die digitale Transformation zu bewältigen“, beschreibt Tretter seine Grundidee. „Mir macht es riesig Spaß, eine Software zu bauen, die wirklich ankommt und die auch meine Mutter versteht.“ hello again hat sich dabei auf Branchen wie Friseure, Bäcker, Gastronomie, Tourismus, Handel und Regionen sowie Einkaufszentren fokussiert. Bald gehörten internationale Handelsmarken wie Müller oder Deichmann zum Kundentamm. „Vielfältige Zielgruppen brauchen unterschiedliche Kommunikation. Wichtig ist, dass es eine bestimmte Frequenz der Endverbraucher gibt.“

hello again



100 Millionen
aktive Nutzer

(MAUs)



Investment

2022

Treue zahlt sich aus

Auch in der digitalen Welt werden Umsätze beim Einkaufen in Punkte umgewandelt. Handy statt Sammelpass ist aber zu kurz gedacht. „Unser Kunde ist beispielsweise ein großer Bäcker. Er bekommt von uns eine Steuerungszentrale mit Dashboard und Kundendatenbank sowie eine White-Label-App.“ Das bedeutet: Die App erscheint im Design der Bäckerei und heißt nicht hello again, sondern so, wie sie der Bäcker nennen will. Die Software dahinter wird für den Betrieb individuell eingerichtet. Die Smartphone-App dient als automatisierte Kommunikationsplattform zwischen dem Bäcker und seinen registrierten Kunden. Zu den Themen gehört Einkaufen, aber auch Nachrichten, Geburtstagswünsche, spielerische Elemente und andere Aktionen. „Ziel ist, dass die Konsumenten wieder in die Filialen dieses Bäckers kommen“, betont Franz Tretter. „Ein Kundenbindungsprogramm rechnet sich dadurch, dass Kunden öfter kommen. Das erspart höhere Marketingausgaben. Neukunden zu gewinnen ist teurer.“

Stark auch in Krisenzeiten

Der Wert eines digitalen Kundenbindungsprogramms zeigte sich ganz speziell in der Corona-Pandemie. Die begann für hello again mit einer Schrecksekunde. „Das Wort ‚Lockdown‘ habe ich nicht gekannt. Wir verdoppeln uns jedes Jahr. Ich habe kurz vor dem ersten Lockdown unseren neuen Mietvertrag unterschrieben, mit einer hohen sechsstelligen Summe“, berichtet Franz Tretter. „Erst war es zwei Wochen lang sehr ruhig. Das Telefon hat plötzlich nicht mehr geblüht. Dann hat es wieder gedreht, und die Reise ist eins zu eins weitergegangen.“ Im Lockdown wurden dreimal so viele Push-Nachrichten über die App versendet als zuvor. Zu den Themen gehörten Öffnungszeiten, Abholmöglichkeiten, Aktionen, aber auch Mundschutz- und Maskenpflicht oder andere Vorschriften. „Das hatte eine wesentlich bessere Wirkung als etwa ein Post auf Facebook“, sagt Tretter. „Die Pandemie hat die Digitalisierung vorangetrieben.“



Franz Tretter ist mit hello again von Leonding aus gestartet. Sein Team arbeitet heute für 500 Unternehmen in 25 Ländern.

Die Pandemie hat die Digitalisierung vorangetrieben.

Franz Tretter



Automatische Prognosen

Eine wachsende Rolle spielt Künstliche Intelligenz, zum Beispiel bei der Vorhersage des nächsten Kundenbesuchs („Next Visit Prediction“). Dazu arbeiten Franz Tretter und sein Team mit Forschungseinrichtungen wie der FH Hagenberg zusammen. „Nach drei Friseurbesuchen lässt sich auf ein bis zwei Tage genau sagen, wann der vierte Besuch sein wird“, weiß Tretter. Kurz davor sendet die App automatisch eine Erinnerung an den Friseurtermin. Der Kunde kann gleich via App buchen. So bekommt er leichter seinen Wunschtermin und der Friseur eine gleichmäßigere Auslastung. Ein anderer Ansatz betrifft den Handel. Anhand von Kundenbelegen können Gruppen mit ähnlichem Kaufverhalten ermittelt werden, die in weitere Folge Empfehlungen erhalten nach dem Muster „andere Kunden kauften auch ...“. Die Vorgangsweise ist von Online-Riesen bekannt und wird so auch für Nahversorger und den Handel vor Ort verfügbar.

Sicher aus Kundensicht

So rasch wie Kommunikationsplattformen wachsen, steigen auch sensible Datenmengen. „Sicherheit ist eines der wichtigsten Themen. Wir versuchen so damit umzugehen, wie wir es als Konsument gerne hätten,“ erklärt Franz Tretter. Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sei ein gutes Regelwerk. Datenzugriff habe ausschließlich das jeweilige Unternehmen, also z. B. der Bäcker, der mit der App arbeitet. Entscheidend ist, was das Erheben von Daten bringt. „Würde mich ein Anbieter gar nicht mehr kennen, wäre das schlecht, zum Beispiel wenn mir Spotify jeden Tag irgendeine andere Musik vorspielt.“ Zur Sicherheit hat hello again einen Experten im Team: Einer der Mitgründer war beim österreichischen Bundesheer im Bereich Cyber Defense tätig.



Kundenbindung ist für große internationale Marken genauso bedeutend wie für kleine Anbieter vor Ort.

■ In unserem Team ist der kulturelle 'fit' wichtig – dass man sich smart in die Firmenkultur einfügt. ■

Franz Tretter



Von Oberösterreich in die Welt

Der erste Standort und zugleich Hauptsitz des Unternehmens liegt in Leonding. Der zweite Schritt war ein Verkaufsbüro in Wien, via München wurde der deutsche Markt erschlossen, bald auch mit Büros in Frankfurt und Hamburg. Von Tirol aus gelang der Sprung nach Italien, der schweizer Markt wird mit einem Partner erobert. Heute vertrauen über 500 Unternehmen in 25 Ländern auf hello again. „Das ist eine richtig coole Entwicklung“, freut sich Franz Tretter. „Der nächste Schritt heißt: ‚Power-Mittelstand‘ in Europa. Hier können wir den meisten Value liefern.“ Gemeint sind Firmen mit 5 bis 50 Filialen oder auch mehr. „Der Kampf um den Kunden wird stärker. Bewertungen sind überall zu sehen. Vergleichbarkeit, Wettbewerb und Wechselbereitschaft steigen. Wichtig ist, dem entgegenzuwirken.“

Arbeit und Vergnügen

Das bewältigt ein Team von derzeit 70 Mitarbeitern in Produktentwicklung, Marketing, Verkauf, Design und Support. „Ich arbeite gerne mit Menschen, die etwas bewegen wollen, die viel arbeiten, und die auch nach der Arbeit miteinander Spaß haben“, sagt Franz Tretter. „Fachlich müssen die Leute gut sein, oder ein gutes



Potenzial haben, um sich weiterzuentwickeln." Das Klischee vom Computer-Nerd mit der dicken Brille lässt Tretter nicht gelten. „Da hat sich vieles verändert. Bei uns wird man Entwickler und Verkäufer kaum unterscheiden können. Bei der letzten Firmenfeier haben die Programmierer am meisten getanzt. Wichtig ist der kulturelle ‚fit‘ – dass man sich smart in die Firmenkultur einfügt.“

Digital-Baumeister

Franz Tretter hat es als Kind geliebt, mit Lego zu spielen. Dann hat er Maschinenbau gelernt und auch seinen ersten PC selbst zusammengefügt. „Das 33K-Modem hat geknackst, und während dem Seitenaufbau konnte man sich einen Kaffee holen“, erinnert er sich mit einem Schmunzeln. „Aber die erste schnelle Internet-Leitung hat mein Leben verändert. LIWEST hat damals eine Partnerschaft bei uns am Land aufgesetzt. Da konnte ich zum Beispiel die ersten MP3-Files herunterladen. Das hat wesentlich dazu beigetragen, dass ich in der Digitalwelt gelandet bin.“ Hier will er weiterhin arbeiten. Er sieht sich selbst in zehn Jahren „gar nicht so viel anders als jetzt“, nur privat „sicher mit Kindern“. Seine Mission bleibt auch in Zukunft: „etwas zu bauen mit einer coolen Truppe“.

PERSÖNLICH

Franz Tretter

ZEHN FRAGEN & ANTWORTEN

Wohin würden Sie morgen früh verreisen?

Würde auf den Traunstein gehen und mir ein Speckbrot gönnen.

Lieblingsmenü im Lieblingslokal?

Schnitzel im elterlichen Gasthaus in Waldneukirchen

Feueralarm: Was retten Sie?

Alle Menschen und Tiere

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Wenn jemand nach bestem Wissen handelt.

Welches Talent würde man Ihnen nicht zutrauen?

Spontanes Reimen, z. B. in einem Hochzeitsbuch

Welche Internetseite besuchen Sie nicht für Ihren Beruf?

Nachrichten-Seiten

Wann waren Sie am glücklichsten?

Wahrscheinlich als Kleinkind, da lebt man immer im Moment.

Welche Erfindung bewundern Sie am meisten?

Die vielen kleinen Dinge, die Kinder erfinden.

Mit wem möchten Sie an der Hotelbar etwas trinken?

Mit meinem besten Freund

Und worüber reden?

Übers Leben

ZEHN SÄTZE ERGÄNZEN

In meinem Kühlschrank findet sich immer

... Milch und Bier.

Thema des letzten Tischgesprächs war

... der nächste Urlaub.

Ich wäre gern für einen Tag

... mein achtzigjähriges Ich, wenn ich zurückblicken und wieder zurückgehen könnte.

Meine größte Schwäche ist

... Cola.

An meinen Freunden schätze ich am meisten

... uneingeschränkte Loyalität.

Meine Lieblingsbeschäftigung ist

... etwas bauen.

Mein wichtigster Lehrmeister

... ich treffe viele, von denen ich täglich lerne.

Meine Lieblingssendung im Fernsehen ist

... „Two and a Half Men“.

Am meisten verabscheue ich

... Suderanten.

Ich bin erfolgreich, weil

... ich mit extrem hoher Leidenschaft und Durchhaltevermögen an die Dinge herangehe und mit Gespür die richtigen Leute zusammenbringe.

MOBILTELEFON

Mit runderneuertem Handy sparen & Umwelt schützen

Gebraucht, aber in Top-Zustand: Elektronische Geräte von der Plattform „Refurbed“ werden immer beliebter.



Seit kurzem kooperiert LIWEST mit Refurbed und setzt damit ein weiteres Zeichen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

Refurbed ist der am schnellsten wachsende Online-Marktplatz für „refurbished“ (runderneuerte, engl.) Produkte in Mitteleuropa. Der aus Oberösterreich stammende Peter Windischhofer hat das Unternehmen gemeinsam mit zwei Freunden 2017 in Wien gegründet. Ihr Team ist inzwischen auf 200 Personen gewachsen und betreut ein breites Sortiment von Smartphones, Laptops und Tablets bis zu Haushaltsgeräten oder E-Bikes. Die Plattform bietet vollständig erneuerte elektronische Geräte bis zu 40 Prozent günstiger und mit mindestens zwölf Monaten Garantie an. Durch das Refurbishment wird 70 Prozent weniger CO₂ als bei der Herstellung eines Neugeräts ausgestoßen. Für jedes verkaufte Produkt wird zudem ein Baum gepflanzt. Aktuell ist Refurbed in zwölf Ländern aktiv, darunter Österreich, Deutschland, Italien, Irland, Frankreich, Schweden und den Niederlanden.

Beiträge für besseren Klimaschutz

Refurbed und LIWEST verbindet die gemeinsame Vision einer gesünderen Umwelt. So ist LIWEST seit 2020 Klimabündnis-Betrieb und bezieht seit Anfang 2021 zu 100 Prozent Ökostrom der LINZ AG. Mit dem Umstieg wurden fast 1000 Tonnen CO₂ jährlich eingespart, die Kooperation mit dem auf grüne Technologien spezialisierte Unternehmen soll den nächsten Schritt setzen. „Durch diese innovative Zusammenarbeit gehen wir auf die verstärkte Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten ein. Zusätzlich können sich all unsere Kundinnen und Kunden über eine kostenlose Erhöhung ihrer mobilen Daten freuen und haben so noch mehr von unserem leistungsstarken Mobilnetz,“ sagt LIWEST-Geschäftsführer DI Dr. Stefan Gintenreiter.

Mitmachen und Vorteile genießen!

Wer ein Refurbed-Smartphone bestellt, verbessert seinen ökologischen Fußabdruck und spart zudem bis zu 12 Monate lang bei den LIWEST Mobil Tarifen Super und Mega. So kostet der Tarif LIWEST Mobil Super mit 15.000 MB, 1.000 Minuten und 500 SMS statt € 9,90 nur noch € 7,40 monatlich. Für mehr monatliches Datenvolumen gibt es LIWEST Mobil Mega mit 25.000 MB, 1.000 Minuten und 1.000 SMS um nur € 11,40 monatlich statt € 13,90 beim Kauf eines Gerätes auf Refurbed.

Wie das geht? Drei einfache Schritte auf lwest.at/mobil



Das Team von Refurbed sorgt für runderneuerte Smartphones, Tablets, Laptops – jetzt auch in Kooperation mit LIWEST erhältlich!

MEDIEN

Krisen, Kriege, Katastrophen – wieviel vertragen wir?

Eine Flut von Meldungen schwappt über die Menschen: Corona-Pandemie und Ukrainekrieg, Klimakrise und Dürrekatastrophen.

Unser Befinden im Sommer 2022 analysiert die Forschung unter Begriffen wie „Infodemie“ und „Doomscrolling“.

Eine schier endlose Welle von Meldungen, Prophezeiungen und Krisenbildern überschwemmt die Menschheit zur Zeit besonders heftig. Als wichtigste Plattformen für die Verbreitung solcher Mitteilungen gelten WhatsApp (92 Prozent), gefolgt von Facebook (89 Prozent) und YouTube (88 Prozent). Zu diesem Ergebnis kommen zahlreiche Befragte aus Wissenschaft und Medien in einer aktuellen Studie im Auftrag der vodafone-Stiftung. Speziell das Corona-Virus habe zu einer regelrechten „Infodemie“ geführt, einer schnellen, massenhaften Verbreitung von Desinformationen. Viele seien dafür aus Verunsicherung, Angst und wegen einer komplexen Informationslage empfänglich geworden.

Infodemie gefährdet auch Ältere

„Fast alle Befragten gehen davon aus, dass Miss- und Desinformation weltweit deutliche Auswirkungen haben“, fasst die Studie das Meinungsbild zusammen. Als größte Gefahr gelten die Polarisierung der Gesellschaft (79 Prozent), die Radikalisierung Einzelner (74 Prozent) und der Glaubwürdigkeitsverlust der Medien (71 Prozent). Entgegen der verbreiteten Meinung, wonach vor allem Jugendliche und junge Erwachsene falschen Informationen aufsitzen, sehen 74 Prozent der Befragten eher Ältere gefährdet. Mehr als 90 Prozent sehen die Plattformen selbst in der Pflicht, gegen Falschinformationen aktiv tätig zu werden, 84 Prozent die herkömmlichen Medien. Die Rolle des Gesetzgebers hingegen wird eher skeptisch betrachtet. Weniger als die Hälfte der Befragten (46

Prozent) plädiert für regulatorische Eingriffe. Bildung und Aufklärung sind laut Experten der wichtigste Schlüssel zu einem besseren Umgang mit der Informationsflut (90 Prozent).

Stress und Angst nach Doomscrolling

Wenn wir Online-Meldungen immer weiter scrollen, wenn uns Schreckensberichte im Internet zu überwältigen drohen, spricht man von Doomscrolling. Die Wortkreation aus den englischen Begriffen „doom“ (Untergang, Verderben, Verhängnis) und scrollen lässt sich nur schwer ins Deutsche übersetzen. Sie bezeichnet das fortwährende, mitunter exzessive Konsumieren schlechter Nachrichten, mit negativen Folgen wie Depressionen oder Angstzuständen. Die große Frage ist: Warum konsumieren wir freiwillig schlechte Nachrichten? Seit Urzeiten möchte der Mensch möglichst gut informiert sein und fühlt sich dadurch besser gewappnet gegen Ungewissheit und Gefahr. Heute hat nicht jede vermeintliche Bedrohung einen direkten Einfluss auf unsere Sicherheit. Dennoch konsumieren wir immer noch verstärkt negative Nachrichten. Dieser Effekt heißt „Negativitätsbias“ bzw. „Negativitätsverzerrung“. Damit kann unser angeborener Schutzmechanismus zum Problem werden. Moderne Algorithmen sind darauf programmiert, uns möglichst lange auf der entsprechenden Plattform und bei ähnlichen Themen zu halten, und potenzieren den Effekt. Der Körper schüttet vermehrt das Stresshormon Cortisol aus, und am Ende können Erschöpfung, Schlafstörungen und Depression stehen.

Tipps zum Schutz vor Doomscrolling gibt es im Blog auf [liwest.at](https://www.liwest.at)



LINZ AG VORTEILSWELT

Sommer, Sonne, Sofortrabatte

Raus aus dem Alltag und rein ins Vergnügen:
Mit der LINZ AG Vorteilswelt-App haben Sie alle Sofortrabatte immer
dabei und können den Sommer in vollen Zügen genießen.


Holen Sie sich Anregungen für Ihren nächsten Familienausflug und sparen Sie mit den exklusiven Angeboten unserer Vorteilspartner im Alltag!

Wussten Sie, dass auch LIWEST-Kund/innen mit einem Stromliefervertrag der LINZ AG Jahr für Jahr von **20 Gratisstromtagen ein Leben lang*** profitieren? Liegt noch ein weiteres Produkt (Erdgas oder Wärme) vor, winken mit der LINZ AG Vorteilswelt sogar **30 Gratisstromtage**. Darüber hinaus können Sie mit den zahlreichen Vergünstigungen in der Vorteilswelt-App im täglichen Leben noch mehr sparen

App-Highlights im Sommer

Jede Menge Vergünstigungen für die Urlaubszeit und tolle Gewinnspiele warten auch im Sommer auf die Nutzer/innen der LINZ AG Vorteilswelt-App. Es lohnt sich daher, regelmäßig in der App vorbeizuschauen. Freuen Sie sich unter anderem auf folgende Vorteile und Gewinnspiele:

 Schloss Greinburg & Museum:
**1+1 Eintritt gratis im Schloss Greinburg und im
Oberösterreichischen Schifffahrtsmuseum**
(ab 26. Juni 2022 in der App)

 Sandburg Linz:
1 Gratisgetränk Ihrer Wahl
(bis Ende August 2022 in der App)

 Pippig United Optics:
Bis zu 20 Euro Ersparnis auf Brillen
(bis 16. Juli 2022 in der App)

6 x 1 Teilnahmeplatz für „Grillgenuss vom Feinsten“

Sie möchten unter Anleitung eines Profis schmackhafte Köstlichkeiten am Grill selbst zubereiten und anschließend genießen? Dann nehmen Sie noch rasch in der LINZ AG Vorteilswelt-App am Gewinnspiel teil. Mit etwas Glück sind Sie beim Grillkurs am 21. Juli in der Ozlberger Fleischhauerei in Hartkirchen mit dabei. (Vorteil bis 26. Juni 2022 in der App)

In vier Schritten zur Vorteilswelt

So einfach funktioniert's: Registrieren Sie sich im LINZ AG-Kundenportal PLUS24 auf www.linzag.at/plus24. Dazu benötigen Sie nur Ihre Kundennummer (diese finden Sie auf Ihrer Rechnung) sowie Ihren IBAN oder Ihr Geburtsdatum. Aktivieren Sie anschließend die LINZ AG Vorteilswelt in PLUS24. Ab nun profitieren Sie jährlich von **bis zu 30 Gratisstromtagen ein Leben lang***.

Um auch die Vorteilswelt-App nutzen zu können, laden Sie diese in Ihrem App/Play Store herunter. Nach dem Login in der App mit Ihren PLUS24-Benutzerdaten können Sie sofort Vorteile einlösen und an Gewinnspielen teilnehmen.

*Gilt solange die LINZ AG Vorteilswelt angeboten wird und bei ununterbrochener Erfüllung der notwendigen Teilnahmebedingungen durch die Kundin/den Kunden.

Alle Informationen auf
www.linzag.at/vorteilswelt



Wasserversorgung im Zeichen der Digitalisierung

Jährlich fördert LINZ AG WASSER rund 23 Millionen m³ bestes Trinkwasser und transportiert es über ein rund 1.249 km langes Rohrnetz zu ihren Kund/innen.

Ein innovatives Auftragsabwicklungsprogramm unterstützt LINZ AG WASSER-Mitarbeiter/innen bei der Versorgung von Linz und 25 Umlandgemeinden.

Andreas Jobst ist Gebietsleiter Wasserversorgung Nord bei LINZ AG WASSER. Der 39-jährige Bad Leonfeldner und Vater von drei Kindern ist seit 2007 in der LINZ AG beschäftigt und in seiner Funktion für alle Tätigkeiten rund um die öffentliche Wasserversorgung zuständig. „Das geht von Kundenanfragen, Ablesen des Zählers, Errichtung von Hausanschlüssen, Bauabwicklung und -aufsicht im Rohrleitungsnetz bis zu Rohrbruchmanagement“, so Jobst.

Digitale Unterstützung

Seit seinen Anfängen in der LINZ AG hat sich einiges verändert. „Früher wurde alles händisch aufgezeichnet und dokumentiert, es gab riesige Netzpläne auf Papier, und jeder Monteur hatte viele verschiedene Formulare händisch auszufüllen“, so Jobst. In den letzten Jahren ist die Digitalisierung aber unweigerlich und stetig vorangeschritten. Die Zettelwirtschaft hat seit der Einführung des Auftragsabwicklungsprogramms OPTIMUS ein Ende. Dabei handelt es sich um eine zentrale Datenbank, in der alles abgespeichert wird. „Es ist darin von den ausführenden Mitarbeiter/innen, der Stundenliste bis hin zur Dokumentation der durchgeführten Arbeiten und den Netzplänen alles enthalten, komplett und kompakt“, erklärt Jobst. Alle Mitarbeiter/innen haben mit Smartphone und Laptop Zugriff auf die Daten und können so im Notfall von überall und zu jeder Zeit schnell reagieren – z. B. bei einem Rohrbruch. „Die LINZ AG bewegt sich in einer Größenordnung von bis zu 400.000 Kund/innen, die versorgt werden. Ohne ein solches Hilfsmittel wäre es schwierig, alles zu dokumentieren und Daten jederzeit abrufen zu können.“

Stetiger Prozess

In Zusammenarbeit mit einem externen Partner wurde die Datenbank gemeinsam mit den Mitarbeiter/innen programmiert und besonders auf Praxistauglichkeit geachtet. Jobst: „Es handelt sich bis heute um



Foto: LINZ AG - doris-reinthal

Gebietsleiter Andreas Jobst sieht die Möglichkeiten der Digitalisierung äußerst positiv.

einen ständig fortschreitenden Prozess, an dem wir kontinuierlich beteiligt sind. Und es gibt noch einige Teilbereiche, wo wir die Digitalisierung weiter forcieren wollen, wie etwa beim Ablesen des Wasserzählers, Eichwechsel oder auch bei Informationsschreiben, um die Kundenfreundlichkeit weiter zu erhöhen.“

Blick in die Zukunft

„Die Umstellung auf OPTIMUS hat etwas gedauert und war für manche eine Herausforderung. Die laufende Weiterentwicklung und die sukzessiven Schulungen machen uns aber fit für die Zukunft“, so Jobst. „An den eigentlichen Tätigkeiten wird sich nicht viel ändern, die Materialien werden noch besser werden und die Analysemöglichkeiten noch genauer“, glaubt Jobst. „Früher wie heute und in Zukunft ist aber vor allem die Flexibilität der Mitarbeiter gefragt – weil man nie zu hundert Prozent voraussagen kann, was passiert. Durch die Digitalisierung haben wir aber ein Top-Hilfsmittel zur Hand.“

MOBILTECHNOLOGIE

5G hilft beim Klimaschutz und in der Landwirtschaft

Der Krieg im Osten Europas hat die globale Ernährungssicherheit zu einem Top-Thema gemacht.

Eine aktuelle Studie unter Landwirten zeigt, welchen Beitrag Digitalisierung und 5G-Technologie für bessere Versorgung und Klimaschutz leisten.

Futter- und Düngemittel werden drastisch teurer, in der Ukraine sind ganze Ernten in Gefahr. Zunehmende Hitze und Trockenheit im Zuge des Klimawandels steigern die Sorge um künftige Erträge unserer Landwirtschaft. Diese sieht sich zunehmend mit der Herausforderung konfrontiert, ihre Produktion effizienter zu gestalten und gleichzeitig Umwelt und Klima zu schützen. Die Digitalisierung kann dazu wichtige Beiträge leisten, zeigt eine aktuelle repräsentative Befragung unter 500 Landwirten in Deutschland. So stimmen 92 Prozent der Aussage zu, dass digitale Technologien helfen, Dünger, Pflanzenschutzmittel und andere Ressourcen einzusparen. 81 Prozent sind überzeugt: Die Digitalisierung ermöglicht eine umweltschonendere landwirtschaftliche Produktion. Fast zwei Drittel (63 Prozent) betonen, dass die Höfe mit Hilfe der Digitalisierung langfristig ihre Kosten senken können. Auch eine Steigerung des Tierwohls ist für 62 Prozent ein wichtiger Aspekt der Digitalisierung.

Viele praktische Anwendungen

Insgesamt nutzen vier von fünf Bauern digitale Technologien oder Verfahren. Am weitesten verbreitet sind Landmaschinen mit GPS-Steuerung und digitalen Technologien, die beispielsweise die Bestellung von Feldern effizienter machen (58 Prozent). 39 Prozent arbeiten mit Agrar-Apps, die etwa den Pflanzenbau dokumentieren oder Echtzeitanalysen von Feldern erstel-



Mit Tablet und 5G lassen sich Saat, Düngung oder Ernte besser steuern.

len können. Ein Drittel (32 Prozent) hat Systeme zum Farm- oder Herdenmanagement im Einsatz und ein Viertel (24 Prozent) intelligente Fütterungssysteme. Großes Potenzial liegt in Anwendungen für die „teilflächenspezifische Ausbringung“ von Dünger (30 Prozent) und Pflanzenschutzmitteln (23 Prozent). Das bedeutet: Algorithmen werten gezielt Satellitenbilder von Feldern aus, erstellen Ernteprognosen und berechnen den spezifischen Düngeraufwand, damit die Nährstoffe bei der Pflanze und nicht im Grundwasser ankommen. In anderen Fällen analysieren Sensoren oder Künstliche Intelligenz die Pflanzen auf dem Feld und können Unkraut bzw. Beikraut von Nutzpflanzen unterscheiden. In der konventionellen Landwirtschaft kann die großflächige Ausbringung von Pflanzenschutzmitteln vermieden werden; für Biobauern wird die mechanische Regulierung des Beikrauts besser planbar.

Druck durch Klimawandel

Fast jeder fünfte Betrieb (19 Prozent) lässt bereits Drohnen fliegen. Sie helfen z.B. bei der Erkennung des Pflanzenzustandes oder entdecken vor der Ernte Wildtiere im Feld und bewahren sie damit vor dem Tod.



Foto: iStockphoto

Fast jeder fünfte landwirtschaftliche Betrieb lässt bereits Drohnen fliegen, die den Pflanzenbau, aber auch die Wildrettung unterstützen.

Schon jeder siebte Betrieb (14 Prozent) beschäftigt sich mit Künstlicher Intelligenz bzw. mit der Verarbeitung großer Datenmengen (Big Data). Den Druck durch den Klimawandel spüren die Bauern deutlich: Zwei Drittel (67 Prozent) sehen ihren Hof direkt vom Klimawandel betroffen, ebenso viele (67 Prozent) empfinden die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen als Herausforderung. Die Digitalisierung sehen heute mehr als drei Viertel der Betriebe (78 Prozent) als Chance für sich – 2016 waren es lediglich zwei Drittel. Nur 7 Prozent sagen, dass die Digitalisierung auf ihren Betrieb keinen Einfluss hat.

Vor- und Nachteile

Neue, digitale Lösungen gelten als niedringschwelliger Einstieg in Smart Farming und als Grundlage für die intelligente und ressourcensparende Bewirtschaftung. „Investitionen in digitale Technologien amortisieren sich schnell, zugleich wird ein Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz geleistet und die eigene Wettbewerbsfähigkeit gestärkt,“ sagt Bernhard Rohleder vom Digital-Fachverband Bitkom, der die Studie im Frühjahr 2022 für die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) durchgeführt hat. Als Hürden empfindet die große Mehrheit der Betriebe (83 Prozent) hohe Investitionskosten, aber auch mangelnde

Digitalkompetenz auf den Höfen (46 Prozent). Als stärkste Vorteile der Digitalisierung gelten die dadurch erzielte Zeitersparnis (64 Prozent), die körperliche Entlastung (63 Prozent) und die Attraktivierung des Berufs (44 Prozent). Drei von zehn Befragten erkennen eine bessere Work-Life-Balance dank der Digitalisierung.

Gemeinsame Chancen

Sensoren, Drohnen, Melkroboter: Der Einsatz digitaler Technologien im Stall und auf dem Acker produziert auch neue Datenmengen. Ein Großteil der Befragten (87 Prozent) ist unter bestimmten Voraussetzungen dazu bereit, Daten aus der landwirtschaftlichen Produktion, z. B. aus Robotern, Steuerungen oder Bodenkarten, mit anderen zu teilen. Etwa wenn sich dafür bürokratischer Aufwand reduzieren ließe (70 Prozent), Schäden an Betriebsmitteln frühzeitig erkannt und behoben werden könnten (57 Prozent) oder wenn sich durch die so geschaffene Transparenz höhere Preise erzielen ließen (56 Prozent). Nur 13 Prozent wollen ihre erhobenen Daten nicht zur Verfügung stellen.

Mobilfunkausbau und Beratung

„Digitale Technologien sind eine Möglichkeit, die aktuellen ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen zu meistern. Es bedarf jedoch geeigneter Rahmenbedingungen, um die notwendigen Investitionen sinnvoll nutzen zu können“, betonte DLG-Vizepräsident Prof. Till Meinel bei der Präsentation der Studienergebnisse. Zu den wichtigsten politischen Maßnahmen aus Sicht der Landwirte zählen ein besserer Mobilfunk- und Breitbandausbau im ländlichen Raum (96 Prozent) sowie Fördergelder für digitale Anschaffungen (80 Prozent). Auch Beratungs- und Weiterbildungsangebote für den Einsatz digitaler Technologien sollten ausgebaut werden. Die Betriebe könnten ihrerseits digitale Möglichkeiten nutzen, um für mehr Transparenz und Rückverfolgbarkeit landwirtschaftlicher Erzeugnisse zu sorgen und die Wertschätzung gegenüber ihrer Branche zu steigern.

Comic Con mit FIFA-Turnier

Bei der Austria Comic Con in Wels haben sich kürzlich Cosplayer, Hobby-Gamer und Anime-Fans versammelt, um ihr liebstes Hobby mit Gleichgesinnten zu teilen. LIWEST sorgte mit der „King of the Ping“-App samt ihrer neuen Print and Play-Variante für Aufsehen (*mehr auf S. 19*). Außerdem gab es beim LIWEST-Stand eine Menge Goodies zu holen. LIWEST als Hauptsponsor des ACC Masters of eSports gratuliert allen Gewinnern, speziell Ajdin Islamovic von Victoria Berlin, der an beiden Tagen das FIFA-Turnier gewinnen konnte!



Online am Strand

Das Handy ist fester Bestandteil unserer Reiseausstattung, wie eine repräsentative Umfrage zeigt. So möchten sich 27 Prozent via Smartphone über Stoßzeiten etwa vor Sehenswürdigkeiten in der Stadt oder im Restaurant am Strand informieren. Ebenso viele führen Buchungen für solche Ziele online durch. Natürlich wird das Gerät nach wie vor für Urlaubsbilder und deren Versand, für Videotelefonate mit den Daheimgebliebenen oder zur Navigation während der Reise verwendet. Das Smartphone im Urlaub hilft auch angesichts schwankender Corona-Zahlen. Während der Pandemie wurden viele digitale Tools entwickelt, vom mobilen Impfnachweis, den 31 Prozent der Befragten nutzen, bis zu Warn-Apps mit Funktionen für den Besuch von Hotspots. Ein Drittel der Befragten informiert sich via Smartphone über die aktuellen gesetzlichen Corona-Regelungen am Urlaubsort, 18 Prozent über die aktuelle Infektionslage. Smartphone und 5G-Technologie werden auch zur Überwachung der Situation zuhause verwendet. Dazu gehören z. B. der Blick auf Bilder der Überwachungskamera vorm Haus oder die Steuerung von Licht und Fenstern – entsprechende technische System vorausgesetzt. Die Vorstellung, das Smartphone im Urlaub daheim zu lassen, teilte von den Befragten übrigens niemand. (*Quelle: Studie von Bitkom, 1.007 Befragte*)

APP-TIPP

Reisetagebuch „FindPenguins“

Wer im Urlaub ein kleines Reisetagebuch führen und Familie und Freunde mit Eindrücken versorgen möchte, bekommt mit der App „FindPenguins“ eine einfache Lösung. Wie in einem Blog sammelt man Texte, Fotos und Videos. Mit dem Travel Tracker dokumentiert man seine Reiseroute. Das funktioniert auch offline z.B. am einsamen Strand oder auf der unberührten Alm. Die Daten werden dann hochgeladen, wenn man wieder Internetzugang hat, und können mit Freunden geteilt werden. Ähnlich wie auf bekannten Social-Media-Plattformen kann man sein Profil öffentlich machen, Follower annehmen und GPS-Daten oder weitere Informationen bereitstellen. Im Gegenzug kann man sich ansehen, was frühere Besucher über den Ort geschrieben haben, an dem man sich gerade aufhält. Die Einstellungen lassen sich von Reise zu Reise ändern, wenn man etwa auf einer Reise ganz privat sein möchte. Nach dem Urlaub können die Einträge z.B. als Reisetagebuch ausgedruckt werden. Die App gibt es kostenlos für Android und iOS. **Mehr auf findpenguins.com**



Kultur im Sommer

STADT HAAG | 29.6.-6.8.

7 × 2 Karten gewinnen für „Wie es euch gefällt“



Beim Theatersommer Haag läuft heuer eine höchst ungewöhnliche Bearbeitung der Komödie „Wie es euch gefällt“ nach William Shakespeare. Der gute, alte Herzog wurde von seinem Bruder, dem fiesen Oliver-Friedrich (Christian Dolezal) entmachtet und versteckt sich seither im Wald von Ardenne. Celia (Agnes Hausmann), der Tochter des Oliver-Friedrich, und ihrer Freundin Rosalinde (Miriam Fussenegger) ist das neue Regime gar nicht geheuer und sie ziehen sich ebenfalls in den Wald zurück. Dort treffen sie auf den schönen Orlando (Josef Ellers), der sich schon vor seiner Flucht bis über beide Ohren in Rosalinde verknallt hat.

Er sucht sie, schreibt schmachtende Liebesgedichte und hängt diese an den Bäumen auf. Orlando hat so manche Prüfung zu bestehen, bevor sich Rosalinde zu erkennen gibt. Währenddessen aber bereitet die bunt zusammengewürfelte Wald-Untergrund-Bewegung einen Aufstand gegen den neuen Diktator vor ...

Mitspielen und Karten gewinnen!

LIWEST-Kunden erhalten eine zehnpromzentige Ermäßigung auf Eintrittskarten aller Kategorien der Hauptproduktion „Wie es euch gefällt“ (max. zwei ermäßigte Karten pro Kundennummer). Die Karten können ausschließlich beim Veranstalter unter der Telefonnummer 07434 44600 bzw. reservierung@theatersommer.at mit Bekanntgabe der LIWEST-Kundennummer bestellt werden. LIWEST verlost für die Vorstellung am 5. August 2022 um 20.15 Uhr 7 × 2 Freikarten. Teilnahme und -bedingungen unter www.liwest.at/theaterhaag

STEYR | 21.7.-6.8.

5 × 2 Karten gewinnen für „Die Fledermaus – Reloaded“

Das Musikfestival Steyr führt sein Erfolgskonzept „Operette reloaded“ heuer mit einer Neufassung der „Fledermaus“ von Johann Strauss weiter. Neue Dialogfassung, ein Wechselspiel der Rollen und das vom international gefeierten Janoska Ensemble rundum erfrischte, peppige musikalische Arrangement versprechen Kulturgenuss vom Feinsten, wenn Publikumsliebhaber wie Grammy-Preisträger Herbert Lippert, Martina Dorak, Christian Drescher, Stephanie Fritz oder Newcomerin Andrea Purtic die Kult-Operette in noch nie dagewesener Art im Steyrer Schlossgraben zum Besten



geben. Mitmachen und 5 × 2 Tickets für „Die Fledermaus – Reloaded im Janoska Style“ gewinnen. Details zu Teilnahme und -bedingungen unter www.musikfestivalsteyr.at/liwest

GAMINGTRENDS

Immer und überall spielen

Die Gamingwelt ist so vielseitig wie das wahre Leben. Technologische Entwicklung, inhaltliche Kreativität und gesellschaftliche Akzeptanz sorgen für anhaltendes Wachstum.

Für die kommenden Jahre zeigen sich sieben Trends, die nicht nur die Gamingbranche, sondern unsere gesamte Alltagswelt beeinflussen.

1 **Mobile Gaming**

Im Jahr 1989 kam der erste GameBoy auf den Markt. Er kostete etwa 1.200,00 Schilling (ca. 90 Euro) und wurde über 100 Millionen Mal verkauft. Gespielt wurde hauptsächlich Tetris. Heute boomt das mobile Spielerlebnis mehr denn je, mit Geräten wie Nintendo Switch und seit heuer mit dem Steam Deck von Valve. Dieses kostet von 419,00 Euro aufwärts und hat über 3.000 verifizierbare bzw. spielbare Titel. In den nächsten Jahren wollen viele Gaming-Unternehmen ihr mobiles Angebot weiter ausbauen. Neben den Konsolen werden dank Cloud Gaming immer mehr anspruchsvolle Konsolen- und PC-Spiele auch auf Smartphones und Tablets spielbar. Ähnlich wie beim Fernsehen geht auch beim Gaming der Trend zur maximalen Verfügbarkeit an jedem Ort zu jeder Zeit.

2 **Cloud Gaming**

Immer mehr digitale Ressourcen liegen nicht mehr am eigenen PC, sondern sind in eine Cloud ausgelagert. Das unterstützt den Trend zum Cloud Gaming. Microsoft forciert die Entwicklung z. B. mit Game Pass und xCloud-Funktion. Damit können auch neueste Inhalte auf alten PCs, Laptops, Konsolen und Mobilgeräten gespielt werden. Voraussetzung ist natürlich eine leistungsfähige Internetverbindung mit einem hohen Ping.

3 **Live-Service-Games**

In der Vergangenheit zahlte man einen Preis und bekam dafür ein Spiel, das man einmal oder immer wieder spielen konnte. Die Entwicklung geht in Richtung „Live-Service-Spiele“. Hier greifen Spieler zu meist im Multiplayer-Modus auf saisonal unterschiedliche Inhalte zu. Sie besitzen keine komplette und abgeschlossene Geschichte, sondern erwerben quasi Lizenzen für verschiedene Teile eines Spiels. Weil sich die Inhalte regelmäßig ändern, bietet dieses Angebot natürlich viel mehr Spielspaß über einen längeren Zeitraum.

4 **Virtual Reality Games**

Seit Jahren werden hohe Summen in VR (Virtual Reality) und AR (Augmented Reality) investiert, vor allem von globalen Digital-Konzernen. In der Gaming-Welt zeigen sich die Unterhaltungspotenziale von VR bzw. AR in Spielen wie Pokémon Go, Beat Saber oder Half-Life: Alyx. Laut Experten sollen sich die Technologien schrittweise weiterentwickeln und etablieren.

5 **Metaverse Gaming**

Im virtuellen „Metaverse“ sollen auch Spiel- und Community-Erlebnisse breiten Raum haben. Vor allem der Meta-Konzern (früher Facebook) hat sich das Thema an die Fahnen geheftet und für weltweite Aufmerksamkeit gesorgt. Manche Gamer reagieren mit gemischten Gefühlen, weil hinter diesem Trend auch viel Geschäftemacherei vermutet wird.



Fotos: gamepro.de

Der Top-Trend heißt Mobile Gaming: Spielen, wo und wann ich will.



6 Retro Gaming

Was in der Mode- und Automobil-Industrie funktioniert, klappt inzwischen auch in der Gaming-Branche. Bei technisch aufpoliertem „Super Mario“ oder „Diablo“ werden Jugenderinnerungen lebendig. Vertraute Spiele sorgen für ein entspanntes Gaming-Erlebnis. Der Trend „Alte Spiele mit neuer Grafik“ wird immer erfolgreicher werden, je mehr Gamer-Generationen aktiv sind und bleiben.

7 Total Gamification

Kundenbindung, Nachhilfe, Weiterbildung, Mitarbeitergewinnung, Verkaufsförderung: viele Dienstleistungen und Prozesse werden heute durch spielerische Elemente unterstützt. Das Zauberwort „Gamification“ durchdringt den Alltag immer stärker und wirkt sich auch auf die Gamingwelt aus. Sie entwickelt z. B. eigene Computerspiele für Aktivitäten im Homeoffice. Hier verlieren viele Mitarbeiter ihren Tagesrhythmus, ihre vom Büro gewohnten sozialen Kontakte oder gesundheitsfördernden Aktivitäten. Die Lösung etwa vom deutschen „GiB – Gesundheit in Bewegung“ heißt Motivation durch Computerspiele. Darauf setzen neuerdings auch Industriebetriebe: Laut der Studie „Spielend mehr Leistung“ bringt Gamification bis zu 24 Prozent mehr Arbeitszufriedenheit und bis zu 33 Prozent höhere Motivation (Quelle: Kearney Unternehmensberatung).

NEU: „King of the Ping“

Mitspielen und gewinnen!

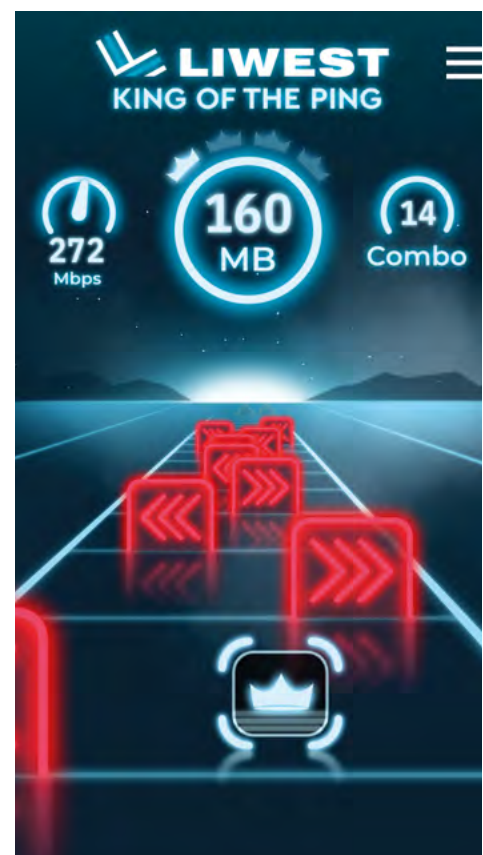
Ein niedriger Ping ermöglicht blitzschnelles Reagieren und kann ein entscheidender Vorteil beim Online-Gaming sein. Bei E-Sportlern und Gamern ist das Internet von LIWEST auch wegen des besonders niedrigen Ping sehr beliebt. Unter dem Titel „King of the Ping“ hat LIWEST jetzt ein eigenes Spiel veröffentlicht.

Aktiviere den LIWEST-Speed!

Es geht ganz einfach: „Spiele so lange du kannst! Weiche den roten Hindernissen aus und nimm dich vor tückischen Abgründen in Acht. Sammle auf deinem Weg zum King of the Ping so viele Datenkugeln wie nur möglich. Vorsicht! Mit jeder eingesammelten Datenkugel wirst du schneller und somit wird es auch immer schwieriger keine Fehler zu machen. Sammelst du 50 Datenkugeln, ohne eine einzige zu verpassen, aktivierst du den LIWEST-Speed und bist für kurze Zeit unverwundbar.“

Mitmachen zahlt sich aus!

Die besten Spieler werden „King of the Ping“ und haben die Chance auf tolle Preise, die in regelmäßigen Abständen verlost werden. „King of the Ping“ ist als App für iOS und Android gratis zum Download verfügbar. Außerdem gibt es eine analoge Version als Kartenspiel mit Spielfigur, Spielkarten und einfachen Regeln, zum Downloaden und Ausdrucken unter liwest.at/game.



SOCIAL MEDIA

TikTok-Challenges: Mutprobe oder Gefahr?

Junge Inviertlerinnen, die sich mit Superkleber verletzen, jugendliche Raser, die sich bei Verkehrsübertretungen filmen: Social-Media-Challenges schockieren auch in unseren Breiten.

Wie können solche Aktionen eingeordnet werden, und wie reagiert TikTok?

Über diese TikTok-Videos staunten oberösterreichische Behörden nicht schlecht: Aus der Fahrerperspektive wurden Fahrten mit bis zu 240 km/h auf Landes- und Bundesstraßen gefilmt. Auch unzählige weitere schwere Verstöße waren zu sehen, etwa absichtliches Fahren auf der Gegenfahrbahn oder Überholen trotz Gegenverkehr bzw. auf einer Eisenbahnkreuzung. Fünf Autofahrer aus dem Bezirk Braunau im Alter zwischen 18 und 24 Jahren wurden auf Basis der selbstgemachten Filmchen ausgeforscht. Alle Beschuldigten waren geständig und wurden angezeigt. In der Schweiz hat die Kantonspolizei Aargau sogar eine eigene Taskforce eingerichtet, die rund um „TikTok-Autoposer“ ermittelt. Hinweise auf Raser-Videos würden regelmäßig eingehen, so ein Behördensprecher. Dann würden sich Spezialisten die Videos anschauen und Ermittlungen gegen die Fahrer, die Urheber der Videos sowie die Besitzer von Accounts führen.

Unklare Ziele

Solche „Challenges“ (engl. Herausforderungen) entstehen als harmlose Aufforderung, bei einer originellen Aktion mitzumachen und sich dabei zu filmen. Das Muster ist nicht neu, viele erinnern sich an die sommerlich erfrischende „Ice Bucket Challenge“ auf Facebook. Teilnehmer gossen sich eiskaltes Wasser über den Kopf, ließen sich dabei filmen und forderten Freunde auf, es ihnen gleich zu tun. Ob das Ziel, damit das Bewusstsein für eine Nervenkrankheit zu stärken, allen so klar war, sei dahingestellt.

Mediale Aufregung

Auf TikTok werden solche Challenges zeitweise absurd bis gefährlich. Im Rahmen der „DeviousLickChallenge“ wurden Schüler dazu aufgerufen, Corona-Hygieneartikel oder Seifenspender aus Schulen zu stehlen. Andere Challenges forderten dazu auf, sich Waschmittelkapseln oder Medikamente in den Mund zu stecken. Die mediale Aufregung verursachte Behördeneinsätze und Konsequenzen der jeweiligen Hersteller. Welche Bedeutung solche Aktionen tatsächlich haben, blieb der Öffentlichkeit aber unklar. Daher hat sich das Unternehmen TikTok entschlossen, eine eigene Studie zu beauftragen.

Britische Studie

Die unabhängige britische Agentur „Praesidio Safeguarding“ gilt als ein führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen für Sicherheit im Internet. Mit weltweit 5.400 Jugendlichen zwischen 13 und 19 Jahren wurde deren Wahrnehmung von Social-Media-Challenges untersucht. Gleichzeitig wurden dazu 4.500 Eltern und 1.000 Erzie-



Eine gutbekannte und harmlose Challenge auf Facebook.



Fotos: iStockphoto

Mehr Aufmerksamkeit unter Digital-Freunden und viele Likes gelten als Hauptmotiv für Challenges etwa auf TikTok.

hende befragt. Jeder fünfte Jugendliche sagte, dass er schon einmal bei einer Challenge im Internet mitgemacht hat. Jeder zwanzigste gab an, bei einer gefährlichen Challenge dabei gewesen zu sein. Auf die Frage, welche Challenges sie gerade in Erinnerung hätten und wie sie diese bewerteten, dominierte die Unterhaltung. 48 Prozent nannten ihre aktuelle Lieblings-Challenge „lustig“, 32 Prozent „riskant, aber sicher“. Immerhin 14 Prozent waren fasziniert von „riskant und gefährlich“, drei Prozent „sehr gefährlich“. Als „gefährlich“ wurden in der Befragung Challenges bezeichnet, die „erhebliche körperliche Verletzungen oder dauerhafte Schäden“ verursachen können.

Subjektive Unterschiede

Diese Probleme waren den befragten Jugendlichen durchaus bewusst. 10 Prozent bestätigten negative Folgen einer eigenen Teilnahme. Allerdings: Was Eltern oder Erzieher möglicherweise als „sehr gefährlich“ einstufen würden, halten manche Jugendliche vielleicht noch für ein kalkulierbares Risiko. Soll heißen: Wie problematisch ein Phänomen ist, das kann man subjektiv unterschiedlich bewerten. Ein grundsätzliches Problem mit Challenges sehen jedenfalls die wenigsten Teenagerinnen und Teenager in der Untersuchung: Allgemein schätzen etwa die Hälfte von ihnen, die schon mal digitale Herausforderungen mitgemacht haben, ihre Teilnahme als neutral ein, ein Drittel sah sie positiv. Jeder Zehnte berichtete von negativen Auswirkungen.

Überschaubare Reaktionen

Das wichtigste Motiv für eine Teilnahme sei die folgende Aufmerksamkeit. Jeder zweite befragte Jugendliche nannte Kommentare und Likes als wichtigste Gründe. 46 Prozent gaben an, dass Jugendliche damit einander beeindruckten wollten. Die britische Studie im Auftrag von TikTok kommt zum Ergebnis, dass Challenges weder alle gleich noch schlecht seien. Pauschale Kritik würde Jugendliche nicht von der Teilnahme abhalten. Außerdem hätten die meisten digitalen „Herausforderungen“ nur eine geringe Teilnehmerzahl. TikTok selbst kündigt bessere Warnhinweise und weitere Maßnahmen an, um vor Hashtags für „andersartige oder gar gefährdende Inhalte“ zu warnen. Auch Infomaterial sowie Ratschläge für Erziehungsberechtigte sollen zusammengestellt und online veröffentlicht werden.

Peinliche Folgen

Neben den sozialen sorgen auch traditionelle Medien für hohe Aufmerksamkeit. Große Schlagzeilen berichteten heuer von zwei Mädchen aus dem Innviertel, die ein Unbekannter bei einer Party zusammengeklebt habe. Der Mann hätte Superkleber auf dem Arm einer 17-Jährigen angebracht und den Arm dann auf den Mund ihrer 19-jährigen Freundin gepresst. Sie musste ins Krankenhaus, weil sie ihren Mund nicht mehr öffnen konnte. Allerdings erinnerte sie sich weder an den Mann noch an den Ort der Party. Nachdem die Polizei erst um Hinweise aus der Bevölkerung ersucht hatte, fand sie bald heraus, dass die Geschichte frei erfunden war. Für eine Social-Media-Challenge hatte eines der Mädchen Acrylkleber für Nägel verwendet und den Arm auf den Mund der anderen gedrückt. Danach hatten die beiden Jugendlichen Panik bekommen und sich die Beschuldigungen ausgedacht. Deshalb wurden sie kürzlich zu drei und fünf Monaten bedingter Haft verurteilt. Übrigens: Die Original-TikTok-Challenge hat etwa 300 Millionen Aufrufe.

Rat auf Draht

Wer Fragen zu Social-Media-Challenges, aber auch zu anderen Jugendthemen hat, kann sich kostenlos und anonym an „Rat auf Draht“ wenden. Die Hotline 147 steht rund um die Uhr zur Verfügung, ebenso Website, App und Chat-Möglichkeit. **Mehr unter [rataufdraht.at](https://www.rataufdraht.at)**



Im Bild links LIWEST-Geschäftsführer Stefan Gintenreiter, in der Mitte Bürgermeister Markus Vogl, neben ihm Center-Managerin Maria Prims, rechts LIWEST-Teamleiter Shops Ajdin Mlinarevic.

SERVICE

Neuer LIWEST-Shop im HEY! Steyr eröffnet

Der moderne Shop bietet viel Platz für persönliche Beratung, hat eine ideale Lage und längere Öffnungszeiten.

Bei der Eröffnung am 1. Juli 2022 zeigten sich Prominenz und viele weitere Gäste begeistert von Angebot und Design des Shops.

Mehr als 90 Prozent der Steyrer Haushalte sind bereits von LIWEST erschlossen. Seit vielen Jahren hat LIWEST ein leistungsstarkes Kabelnetz aufgebaut und versorgt die Menschen mit superschnellem Internet und modernsten TV- und Telefonprodukten. Einen zeitgemäßen Shop für Steyr und die Region sieht LIWEST als wichtigen Meilenstein der Kundennähe.

Persönliche Beratung zählt

„Gerade der persönliche Kontakt ist in den letzten Jahren für viele Menschen noch bewusster und wertvoller geworden. Daher haben wir uns entschlossen, einen größeren LIWEST-Shop für unsere zahlreichen Kundinnen und Kunden im Raum Steyr zu schaffen“, erklärte LIWEST-Geschäftsführer DI Dr. Stefan Gintenreiter bei der Eröffnungsfeier. „Zur Lebensqualität in einer vielfältigen Metropole wie Steyr gehören mehr denn je zukunftsfähige Telekommunikationsdienste. Wir von LIWEST bieten Top-Produkte und dazu Top-Beratung und Service durch ein geschultes Team. Diese täglich gelebte Kundennähe beschert uns seit Jahren ein starkes Wachstum. Daher freuen wir uns darauf, in unserem neuen Shop in Steyr noch mehr Menschen persönlich begrüßen zu dürfen.“

Der Bürgermeister von Steyr, Ing. Markus Vogl, sagte: „Ich freue mich, dass LIWEST hier in Steyr investiert und damit einen wichtigen Beitrag zur weiteren Entwicklung des Telekommunikations-Systems in der gesamten Region leistet. Für die Menschen der Region ist der LIWEST-Shop hier im Einkaufszentrum HEY! Steyr ein kompetenter und verlässlicher Partner.“

Gut gelegen, länger offen

LIWEST hat schon vor Jahren einen eigenen Shop für Steyr etabliert. Der neue LIWEST-Shop im HEY! Steyr löst den bisherigen Standort Enge Gasse 20 ab. Die gute Lage direkt beim „Taborknoten“ an der B 122 bringt eine optimale Erreichbarkeit mit PKW und öffentlichen Verkehrsmitteln. Zahlreiche Busse halten direkt vor dem Haus, für PKW stehen 400 Komfort-Parkplätze zur Verfügung. Der Shop selbst ist futuristisch konzipiert und sehr modern eingerichtet. Das freundliche und helle Ambiente schafft angenehmen Raum für individuelle Beratung. Der neue LIWEST-Shop im HEY! Steyr ist aber nicht nur größer und besser erreichbar als der alte, sondern hat auch längere Öffnungszeiten. Dass jetzt zusätzlich am Samstag offen ist, sorgte schon am Eröffnungswochenende für starken Andrang, viele Fragen ans LIWEST-Team vor Ort und begeisterte Nutznießer der Eröffnungsaktion. Denn zu jeder Internet-Neuanmeldung gab es einen E-Scooter ESA 700 gratis dazu!



LIWEST-Shop Steyr auf einen Blick

STANDORT NEU

LIWEST-Shop im HEY! Steyr
Anton-Plochberger-Straße 2
4400 Steyr

ÖFFNUNGSZEITEN NEU

Montag bis Freitag 09:00–18:30 Uhr
Samstag 09:00–18:00 Uhr

KONTAKTDATEN WIE BISHER

Tel: +43 732 942424
Fax: +43 7252 91813
E-Mail: info(at)teamliwest.at



LIWEST
mobil

Handy auf
refurbed
checken & bis zu

€ 30

bei **LIWEST Mobil**
sparen!*



liwest.at/refurbed

* LIWEST Mobil ist ein Produkt der LTK Telekom und Service GmbH („LTK“). Es gelten die AGB von LTK abrufbar unter www.liwest-mobil.at/agb. Bei Kauf eines Gerätes auf Refurbed (über den Link von LIWEST/LTK) erhalten Sie von Refurbed einen Gutscheincode, mit dem Sie € 2,50/Monat für 12 Monate (€ 2,50 * 12 Monate = € 30) auf Ihren Mobiltarif LIWEST Mobil Super oder Mega sparen. Ab dem 13. Monat wird bei weiterhin aufrechtem Vertrag die Grundgebühr laut Tarifblatt verrechnet. Der Rabatt gilt nicht für die sonstigen Tarife der LTK gemäß den Entgeltbestimmungen (unter www.liwest-mobil.at/agb) und verfällt daher bei einem Tarifwechsel von LIWEST Mobil Super/Mega/Quantum zu einem sonstigen Tarif. Bei einer Vertragsbeendigung vor dem Ablauf von 12 Monaten verfällt der Anspruch auf die Gutschrift der verbleibenden Monate. Keine Barablöse möglich. Pro SIM-Karte ist nur ein Code einlösbar. Der Rabatt gilt für alle LIWEST Mobil Neu- und Bestandskunden. Beim Kauf eines Gerätes über Refurbed kommt zwischen dem Kunden und Refurbed GmbH ein rechtsverbindliches Geschäft zustande. LTK und LIWEST Kabelmedien GmbH werden nicht Vertragspartei.