

Ausgabe 02

JULI 2023

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

 **LIWEST**

Magazin

Fußball-Manager
Christoph Peschek

Alles für die Gemeinschaft

+ Fernseher-Trends
2023: Groß, aber effizient

+ Streaming-Trends
Orientierungshilfen im Angebotsdschungel

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

Juli 2023

Fußball-Manager

Christoph Peschek

Der FC Blau-Weiß Linz hat ein neues Stadion und spielt in der Bundesliga. Für Erfolg sorgen klare Werte und helle Köpfe.

4 – 9



Fernseher-Trend 23: Groß, aber effizient

Wohin geht die Reise zwischen maximalem Fernseherlebnis und minimalem Energieverbrauch?

14 – 15



Orientierung beim Streamen

Welche Kriterien helfen, um in der wachsenden Fülle des Angebotes das Richtige zu finden?

16 – 17



- 10** LIWEST ist Top-Arbeitgeber
- 11** LIWEST Family & Friends Day
- 12** Für alle LIWEST Kunden: Kombinieren und sparen!
- 13** 5G-Campus-Netz beschleunigt Container
- 18** Auf einen Blick alles, was mich interessiert
- 19** LINZ AG Vorteilswelt: Hallo Sommer!
- 20** Wie die Stimme der KI klingt
- 21** Wie schwer die KI hört
- 22** App-Tipps: App in den Urlaub!
- 23** 7 x 2 Karten gewinnen für „ELLA, ELLA!“

IMPRESSUM: Kundenmagazin der LIWEST Kabelmedien GmbH, Ausgabe 02/2023
 Für den Inhalt verantwortlich: LIWEST Kabelmedien GmbH, Lindengasse 18, 4040 Linz, office@teamlwest.at, liwest.at
 Redaktion LIWEST: Philipp Grünberger, Theresa Mayr, Daniela Ehrenguber, Ruth Empacher.
 Texte & Grafik: naderer communication. Fotos: Kurt Hörbst, istockfoto, LIWEST, naderer communication uva.
 Stand: Juli 2023. Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten.



LIWEST Geschäftsführer
DI Dr. Stefan Gintenreiter, MBA

Caring Company

Die deutsche Zeitschrift CHIP hat 1.290 österreichische Unternehmen in 18 Branchen untersucht und als Arbeitgeber für IT-Jobs bewertet. In der Kategorie „Telekom & Netzwerke“ hat LIWEST den 1. Platz erhalten. Die österreichische Plattform kununu, spezialisiert auf anonyme Arbeitgeberbewertungen, hat LIWEST als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet.

Vier grundlegende Werte

Dahinter steht das Selbstverständnis als Caring Company. Diesen Weg setzt LIWEST strategisch und operativ konsequent um. Er bedeutet nach außen, für alle Kund*innen ein optimaler Partner zu sein. Er hat aber auch eine starke Innenwirkung. Unsere Caring Company ist geprägt von vier grundlegenden Werten: Nähe, Neugier, Spaß und Zuverlässigkeit. Diese Werte verbinden wir im Alltag mit Teamgeist, Zusammenarbeit und wechselseitiger Unterstützung.

Beitrag für Sport und Kultur

Natürlich sind wir stolz auf Auszeichnungen. Noch mehr freuen wir uns über den täglichen, motivierenden Dialog mit den Menschen, über das Feedback von Partnern und Lieferanten, über die Inspiration im Team, über die Zufriedenheit unserer Kund*innen. Gerne geben wir ein Stück unseres Erfolgs weiter und unterstützen Sport und Kultur. Vielleicht sehen wir uns bei einem Heimspiel des FC Blau-Weiß Linz im neuen Stadion, beim Sommercamp von Kidsmeetsports oder beim Theatersommer Haag. Allen Kund*innen und unserem ganzen Team wünsche ich einen schönen Sommer!

Stefan Gintenreiter
 Geschäftsführer



Text: Christian Naderer
Fotos: Kurt Hörbst für LIWEST

CHRISTOPH PESCHEK

Alles für die Gemeinschaft

Der FC Blau-Weiß Linz hat den Aufstieg in die Bundesliga geschafft und spielt jetzt in einem einzigartigen Stadion. Es ist nachhaltig geplant und technisch auf dem neuesten Stand ausgestattet.

Aber auch im Digitalzeitalter zählen klare Werte und gemeinsame Emotionen, schildert Blau-Weiß-Geschäftsführer Christoph Peschek.

Große Bedeutung hat für Christoph Peschek, dass der FC Blau-Weiß Linz seine Wurzeln in zwei Arbeiterklubs hat, diese Tradition mit Innovation verbindet und seine Werte vorlebt. „Ich möchte, dass wir ein bodenständiger Klub sind. Wir sind erfolgreich durch harte Arbeit und durch die Kraft der Gemeinschaft.“ Diese Energie erlebte Christoph Peschek schon als Kind in einem Wiener Flächenbezirk. „Vater, Onkel, Opas haben immer gespielt.“ Als Dreijähriger war er regelmäßig am Fußballplatz und erkannte bald: „Von elf Spielern sind nur zwei linke.“ Der kleine Christoph trainierte bewusst seinen linken Fuß und kickte erfolgreich in der Schülerliga. „Wir waren sehr vielfältig – aber es war wurscht, woher jemand kommt und egal, wer das Tor schießt. Die Hauptsache war: eine schöne Zeit verbringen und gemeinsam gewinnen!“ Eine Wertehaltung, die Christoph Peschek auch heute als Geschäftsführer des FC Blau-Weiß Linz in den Mittelpunkt stellt.

Einzigartig und nachhaltig geplant

Mit dem Aufstieg in die Bundesliga will Christoph Peschek den Verein „breiter aufstellen, wahrnehmbarer und sichtbarer“ machen. Genau zur richtigen Zeit für seine weitere Professionalisierungs- und Wachstumsstrategie bekommt Blau-Weiß ein neues Stadion. Es wurde von der Stadt Linz errichtet und ist von unten bis oben nachhaltig geplant und gebaut. Von unten



Schon als Kind war Christoph Peschek am Fußballplatz und erlebte Erfolg durch harte Arbeit und die Kraft der Gemeinschaft.

betrachtet steht die ganze Anlage quasi auf dem Dach eines Möbellagers. Daher verursacht es keine zusätzliche Bodenversiegelung und ist mit diesem Konzept einzigartig in Europa. Oben befindet sich beispielsweise eine leistungsfähige Photovoltaik-Anlage, die das Objekt mit Strom aus der Sonne versorgt. „Fußball als populärste Sportart hat auch Verantwortung als Vorbild für die Gesellschaft“, erklärt Christoph Peschek.

Für höchste Anforderungen bereit

Im neuen „Hofmann-Personal-Stadion“ finden insgesamt 5.595 Zuschauer Platz. Es entspricht Kategorie 3 des europäischen Stadioninfrastruktur-Reglements. Damit werden Technik- und Sicherheitsanforderungen festgelegt, vor allem aber die Rahmenbedingungen für die Medien.



„UEFA 3“ bedeutet mindestens 25 Plätze für TV- und Radiokommentatoren, mindestens 100 gedeckte Sitzplätze auf der Pressetribüne, 150 Quadratmeter Arbeitsraum für Journalisten, mindestens zwei TV-Studios mit jeweils 25 Quadratmetern, außerdem ein Pressekonferenzraum mit mindestens 75 Quadratmetern und genau vorgeschriebener Ausstattung sowie mindestens 1.000 Quadratmeter für Übertragungswagen von TV-Stationen. Medientechnisch spielt das neue Stadion alle Stückerl. Dazu gehören zwei riesige Videowalls sowie unzählige Kameras, teils für die Spielberichterstattung der Medien, teils für die Sicherheit und Videoüberwachung – auch außerhalb des Stadions – und teils für die internen Spielanalysen des Vereins. „Damit schauen wir uns an, ob der eigene Matchplan funktioniert – wie geht der Spielaufbau, sind wir dort, wo wir hinwollen?“, erläutert Christoph Peschek.

■ ■ Wir wollen bodenständig bleiben, das braucht eine gute Heimstätte. ■ ■

Christoph Peschek

Im Druck der Medien bestehen

Der frühere FC-Bayern-Mediendirektor Markus Hörwick prägte den Spruch: „Wir sind – nach der Bundesregierung – das Unternehmen, wo jeden Tag am meisten aktuell arbeitende Journalisten vor Ort sind.“ Hörwick war ab 1983 der erste hauptamtliche Pressesprecher in der deutschen Bundesliga. Heute bekommt der FC Bayern vor einem Champions League-Spiel etwa 150 Interviewanfragen. „Wir haben das Privileg, in einer Branche mit großem öffentlichem Interesse tätig sein zu dürfen. Das ist eine spannende und schöne Aufgabe“, sagt Christoph Peschek. Früher dominierten Fernsehen und Zeitungen die Berichterstattung. Sie hätten für eine gewisse Vielfalt gesorgt, aber auch dafür, dass schnell einmal eine Schlagzeile entsteht – „aus einer Emotion heraus gesagt, danach schwer zu korrigieren.“ Kuriose Fußball-TV-Interviews haben Kult-Status und werden z. B. auf YouTube millionenfach angeklickt. Was soll man auch antworten, wenn das österreichische Nationalteam gegen Spanien zur Halbzeit 0:5 hinten liegt und der ORF-Reporter fragt, was in der zweiten Halbzeit noch drin sei. Seine schlagfertige Reaktion „Na, hoch werma's nimma g'winnen“ hat dem



Gemeinsam für den Erfolg: Blau-Weiß-Geschäftsführer Christoph Peschek mit LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenreiter.

Verteidiger Toni Pfeffer einen Eintrag in die Geschichtsbücher beschert und heuer einen Song für das Nationalteam inspiriert.

Sich selbst treu bleiben

„Wir sind Personen des öffentlichen Lebens. Professionelle Medienarbeit ist von zentraler Bedeutung“, sagt Christoph Peschek und ergänzt mit einem Schmunzeln, dass es sich nicht immer um „rhetorische Sternstunden“ handle. Das eingestehen, sei ein Charakterzug. „Ich habe die Hoffnung, dass Medien und Öffentlichkeit das berücksichtigen.“ Dem Fußball-Nachwuchs möchte er das Bewusstsein vermitteln, dass jedes Wort auf die Goldwaage gelegt werden kann. Dabei gehe es darum, authentisch zu sein und ein respektvolles Verhältnis mit den Medien zu pflegen. In jungen Jahren hat Christoph Peschek selbst auch Rhetorik- und Medientrainings absolviert und weiß: „Jedes Interview ist eine Chance, zugleich ein Risiko. Bleib trotzdem du!“

Liebe zum Verein pflegen

Neben dem persönlichen Kontakt und den klassischen Medien haben Soziale Medien und Internet-Portale stark an Relevanz gewonnen. Das bedeute „eine ständige Präsenz von individuellen Medienmöglichkeiten“, so Christoph Peschek. „Über Handy ist jederzeit möglich, dass du beobachtet wirst. Das musst du wissen.“ Für einen professionellen Fußballklub sei die Pflege von Social Media und eigenen Medienkanälen

Einfluss der Medien hoch eingeschätzt

- Rund 50 Millionen Deutsche bezeichnen sich als Fußball-Fans und interessieren sich für mindestens einen Verein der deutschen Bundesliga. 25 Prozent unserer Nachbarn begeistern sich ganz besonders für Fußball, während 35 Prozent kaum oder gar kein Interesse an dieser Sportart haben.
- In Österreich ist die Fußball-Fieberkurve etwas flacher: 20 Prozent sehen sich sehr stark interessiert an Fußball, 32 Prozent gar nicht.
- Die Rolle der Medien schätzen 9 von 10 Fußballfans sehr hoch ein. 66 Prozent sind der Meinung, dass die Medien einen direkten Einfluss auf den Fußball haben und auch für die Entwicklung von Spielergehältern und Ablösesummen verantwortlich sind.
- Sehr hoch wird der Einfluss der Medien auf das Image von Fußballvereinen empfunden (78 Prozent Zustimmung), noch höher auf das Image von einzelnen Spielern (86 Prozent). Den Umgang der Medien mit den Spielern, Trainern und Vereinen bewerten 34 Prozent der Fans als respektlos.
- Das Medienangebot für Fußball wird immer vielfältiger und unübersichtlicher. Viele Vereine setzen daher auf massiven Ausbau ihrer eigenen, direkten Kommunikationswege, wie zum Beispiel Klub-TV, Website, Podcast oder eine eigene App. Das Echo ist enorm: 72 Prozent der Fans bewerten den Ausbau der vereinseigenen Medienangebote als gut bis sehr gut.

(Quellen: Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2022 / Marktagent, 1.000 Befragte, Nov. 2022 / Online-Befragung der Voting-App FanQ unter 1.052 Fußballfans)



Christoph Peschek sieht das Fußballstadion als großen sozialen Kitt der Gesellschaft: „Wir jubeln miteinander, wir trösten einander.“

unabhängig. „Die Liebe zum Verein muss gehegt und gepflegt werden.“ Der FC Blau-Weiß Linz ermöglicht seinen Fans regelmäßig den Blick hinter die Kulissen. „Zugleich wollen wir auch Ziele und Infos kundtun, die sonst nicht den Weg in die Öffentlichkeit finden würden.“ Dazu nutzt der Verein die Website blauweiss-linz.at, den eigenen YouTube-Kanal „VTV“, den Radiosender „Blaucrowd FM“ sowie Facebook, Instagram, tiktok usw. und zahllose Fußball-Portale.

Neue Fans ansprechen

Mit dem sportlichen Erfolg und dem neuen Stadion eröffnet sich für den Verein eine neue Ära. „Wir wollen nahbar und bodenständig bleiben, das braucht eine gute Heimstätte“, erklärt Christoph Peschek. „Wir haben hier alle Möglichkeiten für die bestehenden Fans und wollen auch neue Fans ansprechen. Dazu gibt es viele Angebote für Kinder und Jugendliche, Frauen, Familien, ebenso für Menschen mit Migrationshintergrund, die sich mit dem Fußball identifizieren.“ Viele namhafte Partner leisten ihre Beiträge, darunter der Hauptsponsor LINZ AG und der Premium Partner LIWEST. Der LINZ AG Familiensektor bietet

■ Wir wollen Emotionen und Erlebnisse bieten. ■

Christoph Peschek

Platz für 200 Zuschauer und ermöglicht Kindern und Jugendlichen bis 18 Jahre einen kostenlosen Eintritt. Denn neben allen modernen Möglichkeiten geht es im Fußball zuallererst um das Gemeinschafts-Erlebnis. „Das Stadion ist der letzte große soziale Kitt unserer Gesellschaft“, sagt Christoph Peschek. „Vom Vorstand bis zum Arbeiter, von der Studentin bis zum Pensionisten: Wir jubeln miteinander, wir trösten einander – pure Emotion in guten wie in schlechten Zeiten.“ Um neue Spieler- und Fan-Potenziale zu heben, möchte Blau-Weiß auch mehr Präsenz in den Linzer Stadtteilen zeigen. „Wir wollen Emotionen und Erlebnisse bieten und Interessierte zu Fans machen“, sagt Christoph Peschek.

Ordnung und Dynamik verbinden

Als Jugendlicher spielte Christoph Peschek für den FC Stadlau, Hellas Kagan und andere Wiener Klubs – auch gegen klingende Namen wie Rapid, Austria oder Vienna. Damals wollte er am liebsten Pilot oder Fußballprofi werden, später war er in der Gewerkschaft und in der Wiener Politik aktiv und fand schließlich seinen Beruf als Fußballmanager. Das große Idol seiner Jugend war Stürmerstar Jan Åge Fjørtoft. Lachend erzählt Christoph Peschek heute, dass er damals sogar beim Friseur nachfragte, ob er dieselbe Frisur wie Fjørtoft haben könne. Auch seinen Torjubiläum imitierte der Nachwuchskicker und kreiste mit ausgebreiteten Armen wie ein Flugzeug über den Rasen. Heute kickt der sportliche Papa gerne mit seinen beiden Söhnen und will ihnen die Begeisterung



für den Fußball weitergeben. Seine Rolle als Geschäftsführer lässt sich am ehesten mit der Position des „Sechsters“ vergleichen: immer im Zentrum, Dreh- und Angelpunkt des Spiels, eine kraftvolle Kombination aus Ordnung und Dynamik. „Man hat große Verantwortung, auch im Spiel- aufbau und in der Weiterentwicklung“, sagt Christoph Peschek. „Man braucht einen Zug zum Tor und fähige Mitspieler auf den unterschiedlichen Positionen, um gemeinsam erfolgreich zu sein – ein Team mit Kompetenz, Ehrgeiz und Leidenschaft. Einer allein kann nicht gewinnen.“

Den Weg gemeinsam gehen

Auf die Frage, wo er sich in zehn Jahren sieht, winkt er ab, Karrierepläne seien schwierig. Viel lieber redet er über die Zukunft des Vereins. „Das neue Stadion ist ein Meilenstein. Aber es schießt weder Tore noch füllt es sich von selbst. Wir wollen uns in der Bundesliga etablieren. Das braucht Zuversicht und die Bereitschaft der Fans, den Weg gemeinsam zu gehen“, betont Christoph Peschek. „Blau-Weiß hat die Kraft, Vielfalt zu bündeln und nachhaltig erfolgreich zu sein. Es würde uns freuen, wenn viele Fans dabei sind!“

PERSÖNLICH

Christoph Peschek

ZEHN FRAGEN & ANTWORTEN

Wohin würden Sie morgen früh verreisen?

Auf eine griechische Insel, die Zehen in den Sand stecken und ein Buch lesen

Lieblingsmenü im Lieblingslokal?

Spaghetti Bolognese oder Rinderfilet – in Linz gibt es zahlreiche Lokale

Feueralarm: Was retten Sie?

Erst die Menschen, dann das Material

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Zuspätkommen

Welches Talent würde man Ihnen nicht zutrauen?

Fußballerisches Talent

Welche Internetseite besuchen Sie nicht für Ihren Beruf?

Schulseiten, für die Kinder

Wann waren Sie am glücklichsten?

Bei der Geburt meiner Kinder und wenn ich Zeit mit ihnen verbringe

Welche Erfindung bewundern Sie am meisten?

Das Flugzeug

Mit wem möchten Sie an der Hotelbar etwas trinken?

Meinem Opa

Und worüber reden?

Wie es ihm geht, und wie er manche Dinge erlebt hat

ZEHN SÄTZE ERGÄNZEN

In meinem Kühlschrank findet sich immer

... Smoothies und Obst.

Thema des letzten Tischgesprächs

... Fußball.

Ich wäre gern für einen Tag

... ein Profispieler.

Meine größte Schwäche

... Zuspätkommen.

An meinen Freunden schätze ich am meisten

... Loyalität, Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit.

Meine Lieblingsbeschäftigung ist

... Fußball spielen und Zeit mit meinen Kindern verbringen.

Mein wichtigster Lehrmeister ist

... da gibt es mehrere: meine Opas, Michael Häupl, Norbert Scheed und Michael Krammer.

Meine Lieblingssendung im Fernsehen ist

... Fußball jeder Art, am liebsten die Zusammenfassungen von Siegen von Blau-Weiß Linz.

Am meisten verabscheue ich

... Intriganten.

Ich bin erfolgreich, weil **... ich leidenschaftlich, ehrgeizig und wissbegierig bin und immer versuche, ein gutes Team um mich zu haben.**

AUSZEICHNUNGEN (1)

LIWEST ist TOP-Arbeitgeber

Die Zeitschrift CHIP hat in Österreich 1.290 Unternehmen mit IT-Jobs untersucht.

Bester Arbeitgeber 2023 in der Kategorie „Telekom & Netzwerke“ ist LIWEST.

Die Digitalisierung der Arbeitswelt in allen Bereichen macht weiter riesige Fortschritte. Arbeitskräfte mit den passenden IT-Qualifikationen sind gefragt wie nie. Die Zeitschrift CHIP hat die besten Arbeitgeber für IT-Jobs in Deutschland und Österreich sowie in der Schweiz ermittelt. Die objektiven Erhebungen und Rankings wurden im Auftrag von CHIP durch die Globis Consulting GmbH durchgeführt: „Wir ermitteln das mit drei Methoden: In Mystery-Checks schicken wir anonyme Bewerbungen sowie Anfragen an Unternehmen und bewerten die Reaktionen. Die Karriereseiten, ihre Gestaltung und ihr Gehalt sind ein zweites Kriterium. Und schließlich sehen wir uns auf Bewertungsportalen wie kununu um, auf denen Arbeitnehmer ihre Arbeitgeber bewerten können.“

Erstklassiges Arbeitsklima

Aus den gesammelten Informationen wurde ein Bewertungsraster mit Punkten gebildet. So wurden allein für Österreich insgesamt 1.290 Unternehmen in 18 Kategorien umfassend analysiert. LIWEST konnte in diesem Ranking der besten Arbeitgeber für IT-Jobs 2023 den 1. Platz in der Kategorie „Telekom & Netzwerke“ erreichen.



„Wir sehen uns bei LIWEST als Ermöglicher, Unterstützer, Entfalter und Caregiver für unser Team“, sagt LIWEST Geschäftsführer DI Dr. Stefan Gintenreiter, MBA. „Über diese Auszeichnung freuen wir uns sehr, weil sie unser Angebot als Arbeitgeber, die Unternehmenskultur und das Arbeitsklima bei LIWEST eindrucksvoll würdigt.“

Informationen zum Testverfahren und zu allen Ergebnissen unter chip.de

LIWEST Sommergewinnspiel: Xiaomi E-Scooter gewinnen!

Schnell in den Park, in den Gastgarten, zum Donaustrand und schon beim Fahren die Sonne genießen? Oder nur kurz um die Ecke etwas einkaufen? Das klappt am besten mit einem E-Scooter. LIWEST verlost zwei Xiaomi Electric Scooter 4 Lite. Das nur 15 Kilo schwere neue Modell wurde heuer im Frühling vorgestellt. Es hat einen 300 Watt starken Motor für maximal 25 km/h und einen 5.200 mAh fassenden Akku für bis zu 20 Kilometer Reichweite. Für den Transport kann der Lenker an die Trittpläche geklappt werden, damit wird der Roller 111 × 49 cm klein.

Jetzt die Chance nutzen, mitmachen und mit etwas Glück einen neuen E-Scooter von Xiaomi gewinnen! Anmeldung und Teilnahmebedingungen unter liwest.at/sommer23



AUSZEICHNUNGEN (2)

LIWEST Family & Friends Day

LIWEST versteht sich als „Caring Company“ – nach außen wie nach innen.

Daher hat LIWEST kürzlich das ganze Team, aber auch Familien und Freunde zu einem geselligen Nachmittag eingeladen.

Die Familienfreundlichkeit wird bei LIWEST großgeschrieben und inzwischen von verschiedenen Seiten gewürdigt, darunter von der Bewertungsplattform kununu als ausgezeichnetes familienfreundliches Unternehmen 2022. Kürzlich waren LIWEST Mitarbeiter mit Familien und Freunden zum ersten LIWEST Family & Friends Day eingeladen. Am Firmensitz in der Linzer Lindengasse wartete ein abwechslungsreiches Nachmittagsprogramm auf alle Besucher. Die kleinen Gäste hatten Spaß in der Kids Fun Zone, beim Kinderschminken oder mit dem LIWEST Onlinegame „King of Ping“. Für alle Neugierigen gab es Unternehmensführungen und tolle Preise beim anschließenden „KAHOOT!“-Quizspiel. Für die Stärkung sorgten Grillspezialitäten im Festzelt, Drinks vom Betriebsratsteam in der Cocktail-Bar sowie erfrischendes, preisgekröntes Buburuza-Eis. Vor der Fotobox wurden lustige Erinnerungen mit Familie und Freunden festgehalten, bevor es schließlich nach Hause ins wohlverdiente Wochenende ging.

Initiative für die Mitarbeiter

Mit dem Family & Friends Day setzte LIWEST ein weiteres Zeichen für das gute Miteinander im Unternehmen. „Die vier Werte Nähe, Neugier, Spaß und Zuverlässigkeit definieren uns als ‚Caring Company‘. Was wir nach außen wollen, tragen und leben wir auch nach innen. Im Fokus steht dabei immer der Mensch und die Bedürfnisse in der jeweiligen Lebensphase“, erklärte LIWEST Geschäftsführer DI Dr. Stefan Gintenteiner, MBA in seiner Begrüßung. Dazu gehöre besonderes Verständnis und Wertschätzung für Mitarbeiter, Bedürfnisse und Leistungen. Ab 1. August 2023 folgen die nächsten konkreten Schritte zu dieser Mitarbeiter-Initiative, die Jahr für Jahr weiter ausgebaut werden soll. Jeder Mitarbeiter erhält ein Klimaticket, um in Zukunft vermehrt die öffentlichen Verkehrsmittel zu nutzen. Und am eigenen Geburtstag kann jeder Mitarbeiter „blaumachen“ – passend zur Grundfarbe der Marke LIWEST.



FÜR ALLE LIWEST KUNDEN

Kombinieren und sparen!

Mehr von LIWEST nützen – und für die Kombination weniger bezahlen! Das gibt es zusammen mit einem LIWEST Mobil-Produkt. Bei einer Kombination mit einem LIWEST Internet (DUO) oder Kati!+/Kati Next- (QUATTRO) Produkt können bis zu 48 Euro pro Jahr gespart werden.

Sparsam am Smartphone

LIWEST Mobil sendet österreichweit im Netz von Magenta. Die kostenlose Rufnummernmitnahme, keine Bindung sowie keine versteckten Kosten machen den Handytarif zum perfekten Familienprodukt. Die Kombi gilt für Neukunden ebenso wie für Bestandskunden – einsteigen oder umsteigen zahlt sich also aus.



€ 24,- Ersparnis pro Jahr mit DUO (Internet + Mobil) liwest.at/duo

€ 48,- Ersparnis pro Jahr mit QUATTRO (Internet + TV + Festnetz + Mobil) liwest.at/quattro



LIWEST Mobil GO – der Handytarif für Vielsurfer

Mehr als 15.000 zufriedene Kunden surfen und telefonieren mittlerweile mit LIWEST Mobil. Der neue Tarif LIWEST Mobil GO bietet jetzt 30.000 MB Datenvolumen für 10 Euro pro Monat bei Download-/Upload-Geschwindigkeiten von 100/50 Mbit/s. Dabei wird voller Service ohne Bindung geboten. Wer jetzt auf LIWEST Mobil umsteigt und seine Rufnummer mitnimmt, kassiert 10 Euro Wechselbonus. Zusätzlich gibt es Rabatte von bis zu 4 Euro auf die monatliche Grundgebühr mit LIWEST Kombi-Produkten (Quattro). **Mehr auf liwest.at/mobil und in den LIWEST Shops.**

FÜR JKU-STUDIERENDE UNTER 25

NEU: Internet Young



Volle Bandbreite – keine Kompromisse: Der neue Tarif LIWEST Internet Young gilt exklusiv für Studierende der Johannes Kepler Universität Linz unter 25 Jahren. Mit 50 Mbit/s im Download und 5 Mbit/s im Upload bietet er die nötige Geschwindigkeit für Online-Vorlesungen, Rechercharbeiten oder für den nächsten Netflix-Marathon.

Apropos Netflix: Das stabile Internet von LIWEST ist österreichweit konstant die Nummer 1 beim monatlich veröffentlichten Netflix ISP Speed-Index. Außerdem ist das LIWEST Internet vielfacher Breitband-Testsieger Oberösterreichs im PC Magazin.

Details auf liwest.at/young



Das Containerterminal im Hafen Linz verfügt seit Kurzem über ein 5G-Netzwerk exklusiv für den eigenen Betrieb. Die Voraussetzung für die 5G-Campus-Lösungen der LINZ AG TELEKOM schuf die LINZ AG-Tochter LIWEST 2019 mit dem Erwerb der 5G-Lizenzen.

INNOVATION

5G-Campus-Netz beschleunigt hunderttausende Container

Der LINZ AG HAFEN ist Umschlagplatz für Millionen Tonnen von Gütern. Hier herrscht Hochbetrieb wie in einem Ameisenhaufen.

Damit jeder Container richtig ankommt, müssen Kräne und Stapler digital gesteuert werden. Ein neues 5G-Campus-Netz der LINZ AG TELEKOM sorgt für optimale Datenübertragung.

Linz ist der größte Hafenplatz an der oberen Donau. Rund 5 Millionen Tonnen Güter werden im öffentlichen Linzer Hafen Jahr für Jahr umgeschlagen. Im LINZ AG HAFEN bewegen Portalkräne und große Stapler hunderttausende Container. Die Bewegungsabläufe im Containerterminal, das Entladen, das Verteilen bzw. Zwischenlagern am Areal und das Beladen werden digital über eine Logistiksoftware gesteuert. Superschnelle hoch qualitative Datenübertragung ist dabei ein wichtiger Wettbewerbsvorteil.

Effizient und zuverlässig

Exklusiv für den Terminalbetrieb hat die LINZ AG TELEKOM ein hochmodernes 5G-Netzwerk errichtet. Das neue Netz versorgt die mobilen Stapler und Kräne in Echtzeit und absolut unterbrechungsfrei mit allen Daten, die für das perfekte Aufnehmen und Verteilen einer großen Containerzahl benötigt werden. Der 120.000 Quadratmeter große Umschlagplatz in Linz gewinnt noch einmal an Effizienz und Dynamik. Daneben rücken visionäre Anwendungen wie Remote Control oder Virtual Reality in den Bereich der realisierbaren Möglichkeiten.

Stabil und störungsfrei



„Der Vorteil des neuen 5G-Netzes ist, dass die Datenverbindung zu keinem Zeitpunkt abreißt und es zu keinen Verzögerungen durch Stehzeiten kommt. Das spart Zeit und letztlich Geld. Bei

der Vielzahl an Umschlaggeräten, Kränen und Staplern, die wir hier im Einsatz haben, wirkt sich der Vorteil des stabilen 5G-Netzes enorm aus“, erklärt Enrico Tiring, Leiter Containerterminal, LINZ AG HAFEN.

Schnell und zukunftsweisend



„Kurze Latenzzeiten und höchste Verfügbarkeiten können wir mit dem maßgeschneiderten 5G-Netzwerk zu 100 Prozent erfüllen. Dazu öffnen wir ein breites Feld an Möglichkeiten, die in Zukunft realisiert werden können. Erste Tests mit einer VR-Brille bei Containerreparaturen laufen bereits“, erläutert Markus Past, MBA, Leiter der LINZ AG TELEKOM.



Für das Wohnzimmer präsentiert sich „The Wall“ als größtes TV-Gerät mit 146 Zoll (3,7 Metern) Bildschirmdiagonale.

TV-TECHNOLOGIE

Fernseher-Trend 2023: Groß, aber effizient

Wo liegen die Grenzen des Wachstums für TV-Geräte?

Neu in den Fokus rückt das Spannungsfeld zwischen maximalem Fernseherlebnis und minimalem Energieverbrauch.

Alle Verkaufszahlen und Prognosen zeigen: Der Trend geht weiter zum größeren Bildschirm. Er bietet ein intensiveres Seherlebnis und vermittelt das Gefühl, mitten im Geschehen zu sein. Das gilt besonders beim Ansehen von Sportveranstaltungen oder von Filmen mit Freunden und der Familie. Der Trend zum Großformat hat sich während der Corona-Pandemie in vielen Haushalten wiedergefunden. In Österreich stiegen die Verkaufszahlen in den Jahren 2020 und 2021 auf 710.000 bzw. 700.000 Neugeräte. Mehr als 90 Prozent der heimischen Haushalte verfügen über einen oder mehrere Fernseher. 2022 hat sich der Verkauf auf 650.000 Geräte normalisiert. In weiterer Folge sollen die Zahlen um etwa 10.000 pro Jahr sinken. (Quellen: Statistik Austria, statista.de) Die meisten Hersteller bieten Geräte von 45 Zoll für das Kinderzimmer und bis zu 85 Zoll für Wohnzimmer oder Partyraum, die im drei- bis vierstelligen Euro-Bereich erschwinglich sind. Den Weltmarkt dominieren asiatische Hersteller: An der Spitze liegt Samsung, gefolgt von LG, ebenfalls aus Südkorea. Dahinter holt der chinesische Hersteller TCL mit preisgünstigen Produkten auf.

EU will Energieverbrauch senken

Als weltgrößter Bildschirm galt schon vor der Pandemie Samsungs „The Wall“ mit 146 Zoll (3,7 Metern) Diagonale. Den größten OLED-Fernseher bietet das Modell 97G2 von LG mit 97 Zoll. Wenn mehrere solche Geräte quasi zusammengebaut werden, sind brillante Bilder mit bis zu 25 Meter Breite möglich. Um den Energieverbrauch der TV-Geräte einzubremsen, hat die EU kürzlich in einer Richtlinie neue Grenzwerte festgelegt. Je nach Auflösung gilt ein Index, der auf komplexen Berechnungen basiert. Nach einer Übergangszeit dürfte es vor allem die ganz großen Geräte treffen, sofern sie ihren Strombedarf nicht deutlich senken. Weil bei 8K viermal so viele Pixel angesprochen werden wie bei 4K, steigt auch der Stromverbrauch massiv. Die Industrie ist da-

her bei der Energieeffizienz gefordert. Wie groß der Lenkungseffekt tatsächlich sein wird, lässt sich laut Experten noch nicht abschätzen. Manche Hersteller reduzieren einfach die Bildschirmhelligkeit von Großgeräten, um den Verbrauch zu senken. Bei durchschnittlichen Fernsehern dürfte sich hingegen nicht allzu viel ändern.

4K-Auflösung wird Standard

Neben der Größe werden intelligente Funktionen immer wichtiger, von der Sprachsteuerung bis hin zu Empfehlungen und Services mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz. Dagegen tut sich bei der Bildauflösung heuer wenig. Während die klassischen TV-Sender ihre Programme meist in Full-HD senden, liefern Streaming-Dienste wie Netflix oder Plattformen wie YouTube ihr Angebot vielfach in 4K-Auflösung mit 3.840 × 2.160 Bildpunkten. Der Vorteil einer Bildqualität in 8K, also (fast) 8.000 Pixel in der Breite, lässt sich in der Fantasie leicht nachvollziehen. In der Praxis gibt es aber nach wie vor wenige Inhalte, die in 8K verbreitet werden, am ehesten noch sportliche oder musikalische Großereignisse. Auch wenn viele Hersteller feine 8K-Geräte erzeugen und ins Schaufenster stellen, bleiben sie Nischenprodukte, und das wird sich laut Händlern aufgrund der wirtschaftlichen Situation vieler Haushalte nicht ändern. Laut Marktforschungsinstitut GfK soll der Anteil an verkauften 8K-Geräten in Deutschland heuer unter einem Prozent liegen.

Österreicher bauen Luxusgeräte

Im fernsehtechnischen Luxussegment mischt auch Österreich mit. Hinter dem Hersteller C SEED steht ein Team um Alexander Swatek, Bernhard Schuh und Hannes Poandl. Das 2009 gegründete Unternehmen mit Produktion in Wiener Neudorf und Standorten in Wien sowie Beverly Hills, Kalifornien, hat schon bis zu 301 Zoll große Bildschirme gebaut. Der neue C SEED N1 gilt als weltgrößter Out-

door-Fernseher. Er kann Sonne, Wind und Wetter standhalten und ist ideal für Garten oder Terrasse, Park oder Yacht, von Dubai bis Hollywood. Beim Außeneinsatz sollen weder Strahlwasser noch Staubpartikel eindringen können. Das Micro-LED-Display gibt es für Outdoor mit 137 oder 165 Zoll Bildschirm-diagonale, 4K-Auflösung, Bildfrequenz von 3.840 Hz und Kontrast 7000:1.

Faltbar wie ein Transformer

Weil das mächtige Gerät über dreieinhalb Meter breit und samt Säule etwa drei Meter hoch ist, kann es nach dem Ausschalten wie eine Ziehharmonika – oder vielleicht besser: wie ein Transformer – zusammengefaltet werden. Das dauert 85 Sekunden, und eine Version ist sogar komplett im Boden versenkbar. Außerdem kann der Bildschirm auf seiner Säule in jede Richtung gedreht werden, damit man nichts verpasst, wenn man vom Swimming Pool in den Whirlpool wechselt. Für fröhliche Sport- oder Partystunden sind mehrere 100-Watt-Lautsprecher und ein Subwoofer mit 250 Watt Leistung integriert. Die Kosten des wahrscheinlich nicht nur größten, sondern auch teuersten Outdoor-Fernsehers der Welt werden mit etwa einer halben Million Euro kolportiert.

Mehr auf cseed.com



Der weltgrößte Luxus-Fernseher für draußen kommt aus Österreich. Er klappt auf und entfaltet sich in anderthalb Minuten.

STREAMING

Orientierung beim Streamen

Streaming-Dienste wie Netflix oder Amazon Prime Video haben unser Fernsehverhalten revolutioniert.

Welche Orientierungshilfen gibt es in diesem ständig wachsenden Angebot?

Der Fernseher ist in heimischen Wohnzimmern entgegen allen Unkenrufen weiterhin stark präsent, die Nutzerzahlen steigen laut Statistikern sogar. Aber das „Wie“ hat sich radikal geändert. Früher gab es für einen bestimmten Zeitpunkt ein fixes Programm („lineares Fernsehen“). Wöchentliche Programmzeitschriften sorgten für den Überblick, beginnend mit den ORF-Sendern FS1 und FS2. Heute wollen nicht nur Dutzende TV-Sender, sondern zahlreiche Streaming-Dienste gefunden werden. Die jüngere Zielgruppe verwendet das TV-Gerät nicht zum „linearen Fernsehen“, sondern nutzt eine Fülle an Diensten. Bei der Orientierung helfen beispielsweise Onlineportale wie tv-media.at. Ein „Streaming-Planer“ liefert für jeden neuen Monat 5–15 Tagesempfehlungen, mit Kurzinfos zu Titel, Genre und Anbieter. Im Mittelpunkt stehen dabei Serien. Denn mit der Ver-

breitung von Streaming-Diensten ist ein neues Phänomen entstanden: der „Serien-Marathon“. Für einen relativ niedrigen Pauschalpreis können Nutzer enorme Mengen Serien oder Filme konsumieren, ohne dabei von Werbung gestört zu werden.

Pauschal oder einzeln zahlen?

Vornweg ist zum Streamen eine Grundsatzentscheidung zu treffen: jedes Video einzeln zahlen („Pay per View“) oder einen Dienst auf Dauer buchen („Abo-Modell“). Am beliebtesten ist das Abo: Für eine monatliche Pauschale gibt es schier unbegrenzten Zugriff auf ein großes Repertoire an Filmen und Serien. Viele davon werden direkt von den Portalen produziert. Der US-Streaming-Dienst Netflix hat sich mit eigenen Serien einen Namen gemacht, und auch Amazon liefert immer mehr Originale, ähnlich Disney+ oder WOW. Das Modell „Pay per View“ wird etwa von Amazon Instant Video oder Maxdome geboten. Allerdings können hier die Kosten schnell explodieren, wenn man Gefallen an vielen Filmen oder Serien findet. Neben Serien sind auch für Sportereignisse Jahresabos oder Monatspakete erhältlich. Das WOW Live-Sport-Paket bietet Zugriff auf das komplette Sportprogramm von Sky. Weitere Streaming-Dienste mit Live-Sport sind DAZN, RTL+, Magenta Sport und Amazon Prime Video. Im heurigen Sommer wird mit DYN noch ein weiterer Streaming-Dienst für Sportereignisse an den Start gehen.





Im Vorjahres-Durchschnitt haben die Österreicher täglich eine Stunde mit Streaming verbracht, Jugendliche etwa zwei Stunden.

Welche Inhalte, welcher Service?

Die großen Unterschiede liegen aber nicht in den Kosten, sondern im Angebot. Wie attraktiv sind die verschiedenen Streaming-Dienste? Das deutsche Portal vergleich.org hat insgesamt 66 Serien mit 726 Staffeln in den vier Kategorien Comedy, Fantasy, Krimi sowie Drama/Business getestet. Darüber hinaus wurden Kriterien formuliert und bewertet, auf die auch die Nutzer von Streaming-Diensten achten sollten:

- Wie informiert der Anbieter über Pakete?
- Welche Offline-Nutzung ist möglich?
- Wie umfangreich ist die Filmauswahl, auch bei deutschsprachigen Filmen?
- Gibt es einen kostenlosen Testmonat, innerhalb dessen gekündigt werden kann, ohne dass Kosten entstehen?
- Kann man Untertitel wählen?
- Wie ist der Preis?

Welches Ergebnis?

Das Testmodell war ähnlich dem der Stiftung Warentest, wobei dort auch Bild- und Tonqualität eingeflossen sind. Dagegen legte vergleich.org den Fokus vor allem auf ein „Rundum sorglos“-Angebot. Das Ergebnis zusammengefasst: Kein Streamingdienst sei perfekt, doch eine klare Tendenz erkennbar. An der Spitze landete Amazon Prime Video (Bewertung 1,3) knapp vor Netflix (1,4) sowie Disney+ (1,7). Im Mittelfeld folgten Joyn (2,3) und Wow (2,5). Auf den weiteren Plätzen kamen Freenet VOD und videobuster (jeweils 2,7), Apples iTunes (2,8), Google Play Filme & Serien (2,9) und Rakuten TV (3,0).

Zum Vergleich des Vergleichs: Die Stiftung Warentest reihte Netflix knapp vor Amazon Prime, weil Netflix technisch höher bewertet wurde. (Quellen: vergleich.org / [Stiftung Warentest test.de](http://StiftungWarentest.de))

Welche Trends für die Zukunft?

Die Zahl der Anbieter steigt immer weiter: Inzwischen gibt es über 50, neben den Bezahlmodellen auch einige werbefinanzierte Dienste. Ende des Vorjahres ist Paramount+ im deutschsprachigen Raum dazugekommen. Vor einigen Wochen ist die Streaming-Plattform Joyn in Österreich gestartet, mit den Kanälen der Eigentümergruppe ProSiebenSat.1Puls4, aber auch von ORF, ServusTV, DAZN, Laola1 und anderen. Zugleich stehen hier 15 Sender-Mediatheken kostenlos auf Abruf zur Verfügung, Live-Events und Filme, eigene Serien (z. B. „Jerks“) und einzelne Österreich-Produktionen. Zwei weitere Trends zeichnen sich ab: Zum einen kommt bei manchen Diensten die gute alte Werbung zurück, zum anderen sehen manche Streaming-Dienste ein lukratives Zukunftsgeschäft in den Daten. Als beispielsweise Disney+ in den USA im letzten Dezember sein Werbeangebot startete, waren gleich 46 Unternehmen am Datengeschäft beteiligt, darunter Amazon Web Services, Google und Microsoft.

Wie viel streamen die Österreicher?

Zwar ist das „lineare“ Fernsehen unter den Bewegtbildangeboten in Österreich nach wie vor das am meisten genutzte Medium, doch Streaming holt auf. Laut einer 2022 durchgeführten Umfrage widmeten Österreicher durchschnittlich 54 Minuten pro Tag dem Konsum von Online-Angeboten auf Plattformen wie YouTube, Amazon Prime Video oder Netflix. Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen lag die tägliche Nutzungsdauer sogar bei knapp zwei Stunden. Insgesamt gaben 79 Prozent der befragten Internetnutzer an, wöchentlich regelmäßig Video-Streaming-Angebote zu nutzen. Besonders die Corona-Pandemie verstärkte diesen Trend, das Streaming nahm auch am Handy massiv zu. (Quelle: statista.de)



Auf einen Blick alles, was mich interessiert

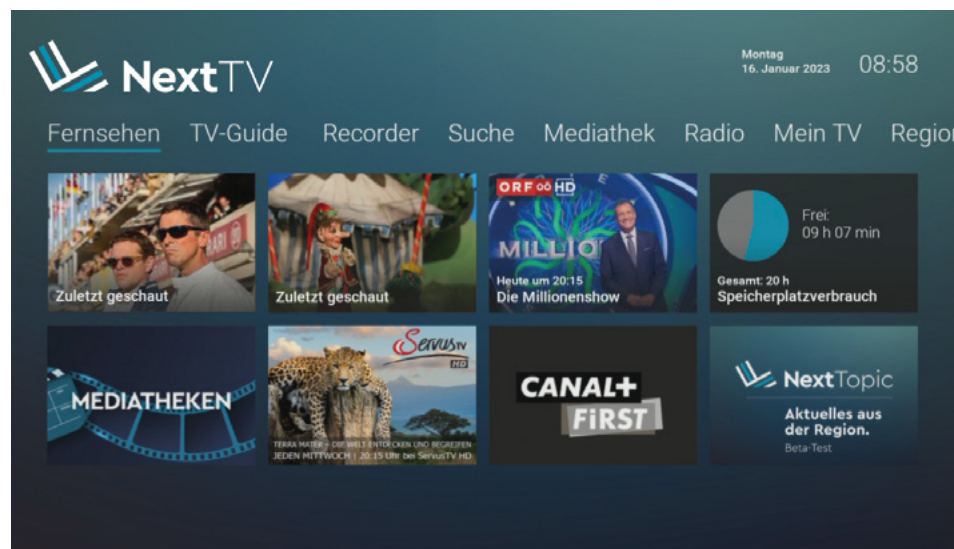
Fernsehen, Internet und Mobilkommunikation gehen heute fließend ineinander über. Aber wo führt die Reise morgen hin?

LIWEST erkundet mit seinem „nextLAB“ fachliche Zukunftstrends und entwickelt neue Anwendungen wie etwa die Plattform „LIWEST Next Topic“.

Auf den ersten Blick klingt es ganz einfach. „Wir kümmern uns um zukunftsrelevante Themen, die vielleicht erst in drei oder zehn Jahren auf uns zukommen,“ erklärt Andreas Lovric. Er leitet das nextLAB von LIWEST mit Sitz in der Linzer Tabakfabrik, dem Hotspot für Innovation und Start-up-Unternehmen. Im breiten Horizont an Trends und Themen stehen zwei Schwerpunkte im Mittelpunkt: Nachhaltigkeit und Künstliche Intelligenz. Nachhaltigkeit gilt im beruflichen Alltag oft als Pflicht, verbunden mit dem steigenden Aufwand von Dokumentation und Reporting. „Nachhaltigkeit ist aber auch im privaten Umfeld wichtig und braucht Unterstützung durch Produkte und Services. Was kann ich dadurch verbessern? Wo kann ich damit sogar Geld sparen?“ Künstliche Intelligenz werde in Zukunft immer mehr Zeit und Ressourcen von Menschen bzw. Unternehmen freispielen für die wirklich relevanten Themen. Zu den weiteren Top Themen im nextLAB gehören etwa Live Streaming und Metaverse, aber auch Tourismus oder Landwirtschaft. In vielen Bereichen kann LIWEST für optimale Konnektivität, also für Verbindungen und Netzwerke, sorgen. „Wir verfolgen das mit Neugier und Zukunftslust“, sagt Andreas Lovric.

Neues entwickeln und in der Praxis testen

Die Auseinandersetzung mit der Zukunft, mit Trends und Innovation, Forschungseinrichtungen und Unternehmen führt zu ungewöhnlichen Projektideen und



Im LIWEST nextLAB werden Zukunftstrends erforscht und daraus neue Ideen und innovative Produkte entwickelt.

schließlich zu neuen Produkten und Services für LIWEST Kunden. Aus der Kooperation des LIWEST nextLAB mit dem Start-up „newsadoo“ entsteht derzeit ein spannendes neues Angebot für LIWEST Kunden: die Plattform „LIWEST Next Topic“. Das Ziel lautet, Informationen und Inhalte auf eine neue Art und Weise auf den Fernsehbildschirm zu bringen. Je nach Tageszeit, Standort, persönlichen Interessen und weiteren Faktoren werden andere Inhalte ausgespielt.

Genau meine persönlichen Themen am Schirm

Am Morgen gibt es beispielsweise nicht nur allgemeine Nachrichten oder die Wetterprognose, sondern auch die Einträge im Familienkalender oder von Facebook-Freunden. „Mit LIWEST Next Topic kann jeder seine Themen selbst kuratieren, also zusammenstellen und markieren. Das bedeutet eine ganz neue Nutzung des Bildschirms“, erläutert Andreas Lovric. „Der erste Prototyp ist auf der Plattform Next TV von LIWEST bereits integriert. Rückmeldungen nehmen wir gerne auf und lernen daraus.“

LINZ AG VORTEILSWELT

Hallo Sommer!

Gratis schwimmen in den LINZ AG Bäderoasen oder einen kostenlosen Drink in der Linzer Sandburg genießen? Die Vorteilswelt-App liefert coole Tipps für heiße Tage und macht den Sommer zum Genuss.

Als LIWEST Kund*in können Sie ebenfalls von den zahlreichen Sofortrabatten und exklusiven Gewinnspielen in der LINZ AG Vorteilswelt-App profitieren. Voraussetzung für die Teilnahme ist neben Ihrem LIWEST Produkt ein Stromliefervertrag bei der LINZ AG.

Top Stromanbieter 2023

Wussten Sie, dass LINZ STROM Vertrieb kürzlich mit dem Market Quality Award ausgezeichnet wurde und als Testsieger in der Kategorie „Weiterempfehlung“ hervorging?

Sommerhighlights in der App

Jede Menge Vergünstigungen für die Urlaubszeit und tolle Gewinnspiele warten auch im Sommer in der LINZ AG Vorteilswelt-App. Es lohnt sich daher, regelmäßig in der App vorbeizuschauen.

-  **LINZ AG Bäderoasen: Gratis Schwimmeintritt**
noch bis 2. 9. 2023 in der App, solange das Kontingent besteht
-  **Sandburg Linz: 1 Gratisgetränk Ihrer Wahl**
noch bis 2. 9. 2023 in der App, solange das Kontingent besteht
-  **Rosengarten-Gewinnspiel: 2 Karten für diverse Kulturevents**
noch bis 3. 9. 2023 in der App

Mitspielen und gewinnen

Sie möchten Linz auf dem Segway erkunden oder sich ein Spieleset für Ihren Urlaub sichern? Nehmen Sie ab 30. Juli an unseren Sommer-Gewinnspielen in der LINZ AG Vorteilswelt-App teil. Mit etwas Glück zählen auch Sie zu den Gewinner*innen.

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.

Laden Sie nun die Vorteilswelt-App 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.





KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (I)

Wie die Stimme der KI klingt

Die Künstliche Intelligenz (KI) macht auf vielen Feldern beeindruckende Fortschritte.

KI-basierte Dienste wie ChatGPT können schreiben wie ein Mensch. KI kann aber auch sprechen und singen wie ein Mensch.

Wer an einem österreichischen Bahnhof auf die Standard-Durchsagen achtet, hört immer dieselbe Frauenstimme. Sie gehört der heuer 80-jährigen Wienerin Chris Lohner, Moderatorin, Schauspielerin und wohl die bekannteste ORF-Programmmanagerin. (Für die Jüngeren: Seinerzeit hat jemand um 20 Uhr im Fernsehen das Abendprogramm vorgelesen.) Seit dem Jahr 1979 begrüßt sie Fahrgäste und informiert über Abfahrtszeiten, Bahnsteige oder Fahrplanänderungen. Als Basis hat sie zuletzt 2015 in einem Tonstudio etwa 15.000 Sätze aufgenommen, in deutscher und englischer Sprache. Daraus haben Techniker Phrasen, Wörter, Silben und einzelne Laute so herausgeschnitten, dass sie jedem denkbaren Gedanken eine Stimme geben können, als „Corporate Voice“ der ÖBB.

Stimmprobe auf YouTube unter #durchsageforfuture

Geklonte Stimme

Abseits von Informationen im öffentlichen Raum kennen wir ähnliche Stimmen im privaten Bereich, von Hörbüchern über Navigationssysteme bis zu Alexa & Co. Sie greifen auf umfangreiche Datenbanken mit Sprech-Schnipseln zurück. Das Prinzip heißt „text to speech“: Ein vorgegebener Text wird stimmlich umgesetzt. Die nächste Stufe heißt heute „Neural Voice Cloning“. Mit kurzen Beispielen erkennt eine darauf trainierte Künstliche Intelligenz (KI), wie ein Mensch redet, Sprache, Stimmfarbe, Duktus und ahmt dessen Stimme nach. Damit kann die KI jede Geschichte mit einer menschlichen Stimme erzählen oder Fragen individuell beantworten. Das 2022 von einem früheren Google-Entwickler gegründete Unternehmen Elevenlabs bietet dafür eine massentaugliche Software. Das machen sich beispielsweise Dienstleister zunutze, die viele Anrufe mit immer wieder ähnlichen Themen haben. Wie ein datenbankgestützter Chatbot, der auf einer Homepage in Textform gestellte Fragen beantwortet, nimmt die KI telefonische Anfragen von Kunden entgegen und hilft ihnen weiter.

So können in manchen österreichischen Low-Budget-Hotels schon Zimmer per Telefon reserviert werden, ohne dass im Hotel ein realer Mensch abhebt.

Einfach ausprobieren unter elevenlabs.io

Geschlechtsneutrale Stimme

Dabei gelten weibliche Stimmen als herzlicher und werden gerne für Servicedienste oder Sprachassistenten wie Alexa und Siri eingesetzt, männliche wirken dominanter und auf eine Entscheidung hin orientiert. Die KI eröffnet ganz neue Horizonte, die über solche Klischees hinausführen. Linguisten, Sounddesigner und IT-Spezialisten aus Dänemark haben eine geschlechtsneutrale Stimme entwickelt. Dazu haben sie die Stimmen von gut zwei Dutzend Frauen, Männern und Transpersonen aufgenommen und dann 4.600 Testpersonen vorgespielt. Mit deren Hilfe haben sie eine Stimme gesucht, die nicht sofort eindeutig einem Geschlecht zuzuordnen ist. Sie wurde mit „Q“ bezeichnet und auf ihre Frequenz und andere Eigenschaften untersucht. Auf dieser Basis könnte es bald möglich sein, neben männlichen und weiblichen Stimmen auch eine geschlechtsneutrale Stimme etwa bei Sprachassistenten auszuwählen.

Nachhören unter genderlessvoice.com

Gefälschte Stimme

Wie bei vielen kritischen Themen rund um die KI ist auch ein Missbrauch von KI-Stimmen möglich. Für seichte Unterhaltung sorgen irritierende Hörbeispiele etwa in Fake-Videos, wenn die US-Präsidenten Joe Biden, Donald Trump und Barack Obama gemeinsam das Kartenspiel UNO spielen oder der deutsche Bundeskanzler Olaf Scholz das Weihnachtsevangelium vorträgt. Auf voice.ai kann jeder in Echtzeit seine Stimme etwa zur Stimme eines Promis verändern. Wirklich problematisch wird es, wenn es um Urheberrechte geht. Denn die Steigerungsstufe kann auch musikalische Aspekte in die künstliche Modellierung der Stimme miteinbeziehen. Dann schmettert Superstar Justin Bieber plötzlich alte deutsche Schlagerlieder, Michael Jackson singt „Eye of the Tiger“ oder Freddie Mercury „Thriller“. Richtig gefährlich werden betrügerische Telefonanrufe, bei denen sich die Täter offenbar Voice Cloning zunutze machen. Die US-Verbraucherschutzbehörde warnt: „Kriminelle könnten KI benutzen, um die Stimme Ihrer Angehörigen zu klonen. Alles, was sie dazu brauchen, ist ein kurzer Tonmitschnitt, den sie zum Beispiel aus den sozialen Medien bekommen.“ Und schließlich geht es um ganze Berufszweige. Ähnlich wie sich Autoren angesichts ChatGPT um



ihre schreibende Zukunft sorgen, fürchten auch Callcenter-Mitarbeiter, Hotelrezeptionisten oder Studiosprecher um ihre Berufsperspektiven.

Nachhören auf YouTube (Scholz: Weihnachtsgeschichte, Michael Jackson: „Eye of the Tiger“, Freddie Mercury: „Thriller“)

Gegenstimme

Inzwischen werden bereits rechtliche Schritte gegen missbräuchliche KI-Sounds unternommen. So setzte beispielsweise eine Plattenfirma gerichtlich durch, dass ein Song nicht mehr gespielt werden durfte, der mit einer von ihrem Künstler geklonten Stimme arbeitete. Für den privaten Bereich wäre die erste Empfehlung, bei einem ungewöhnlichen, womöglich betrügerischen KI-Anruf einfach aufzulegen. Nur wenigen gelingt es, die KI mit ihren eigenen Stärken auszutricksen. Beispielsweise könnte man eine Zwischenfrage stellen: „Wissen Sie, wie die Wurzel aus Pi lautet?“ Wenn die Stimme richtig antwortet, dann hängt am anderen Ende der Leitung wohl keine gewöhnliche menschliche Intelligenz.

Wurzel aus Pi = 1,77245385

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (II)

Wie schwer die KI hört

Die Klangerkennung in alltagsakustischen Umgebungen stellt die Künstliche Intelligenz (KI) vor erstaunliche Herausforderungen. Was ist ein Störgeräusch? Welche Stimme in einem Stimmengewirr ist „die richtige“? Das Grazer Startup „Clir Technologies“ geht diesen Fragen nach. Schon in seiner Masterarbeit hat Andreas Krassnitzer untersucht, wie Künstliche Intelligenz Sprache und Hintergrundlärm unterscheiden kann. Seit Kurzem sind die ersten beiden Produkte am Markt. Die App „Clir Voice“ verwandelt das Smartphone in ein externes Mikrofon und filtert Umgebungsgeräusche heraus. Das geklärte Ergebnis geht über Bluetooth an die Kopfhörer oder an ein Hörgerät. Menschen mit Hörschwäche können die neue App bei Gesprächen in lauten Umgebungen nutzen, etwa Restaurants oder in Baustellen-Nähe, um Unterhaltungen besser folgen zu können. Mit der zweiten App „Clir Clips“ kann man Videos von lästigem Hintergrundlärm befreien. Die kommende neue App „Clir Space“ soll Webcalls, egal ob über Zoom, Teams oder andere Anbieter, mit Hilfe der KI von Hintergrundlärm befreien und so den Büroalltag erleichtern. Die Clir-Produkte sind bisher allerdings nur für Apple-Geräte verfügbar.

Infos und Apps unter clir.ai



APP-TIPPS

App in den Urlaub!

Nach Jahren mit Einschränkungen haben wir wieder Lust auf grandiose Reiseerlebnisse.

Viele nützliche Apps erleichtern Planung und Aufenthalt im In- und Ausland.

Für den schnellen Überblick

Ähnlich wie in anderen Bereichen der Digitalwelt haben sich auch bei der Urlaubsplanung einige Klassiker durchgesetzt.



Google Maps bietet detaillierte Karten von Städten und Ländern auf der ganzen Welt und liefert die besten Routen von einem Ort zum anderen für Reisen mit dem Auto, aber auch per Fahrrad oder beim Wandern. Darüber hinaus werden etwa Sehenswürdigkeiten und kulinarische Angebote am Urlaubsziel gezeigt. maps.google.com



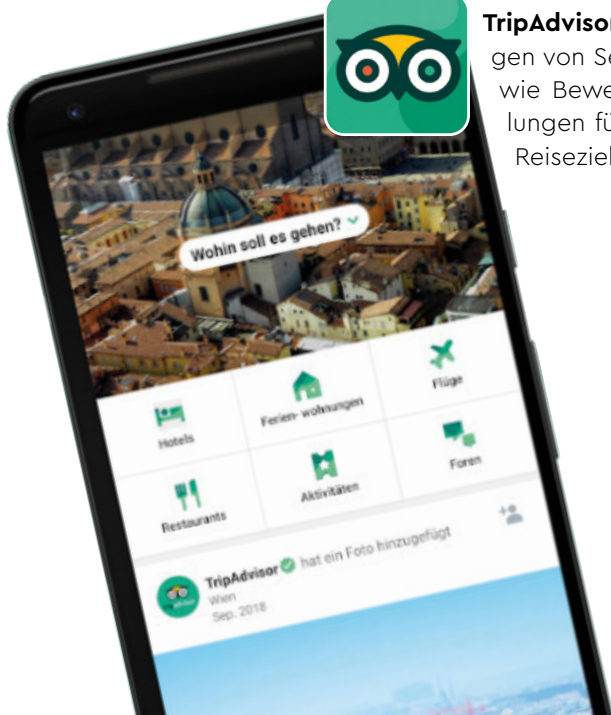
Booking.com konnte im Vorjahr die meisten Downloads unter allen mobilen Reiseapps weltweit verzeichnen. Die App bietet einen schnellen Überblick über Angebot und den direkten Draht zu Unterkünften vom Top-Hotel bis zum privaten Quartier. Auch eine schnelle und bequeme Reservierung und Bezahlung ist möglich. [booking.com](https://www.booking.com)



Trivago vergleicht die Angebote anderer Plattformen an einem Ort und erleichtert die Auswahl der günstigsten Option, unterstützt von vielen Bewertungen. [Trivago.at](https://www.trivago.at)



TripAdvisor bietet Beschreibungen von Sehenswürdigkeiten sowie Bewertungen und Empfehlungen für Dienstleistungen am Reiseziel. [Tripadvisor.at](https://www.tripadvisor.at)



Fürs Leben wie ein Einheimischer



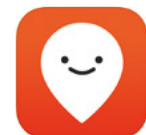
Yelp zeigt Lokale und Geschäfte jeder Art, Restaurants und Bars, aber auch den Zahnarzt sowie Insider-Tipps. Auch für Österreich gibt es zahlreiche Tipps aus der Community. [Yelp.com](https://www.yelp.com)



Spotted by Locals bietet viele Tipps von Einheimischen in über 60 Städten. Die App ist kostenpflichtig, lässt sich aber auch im Offline-Modus nutzen. [Spottedbylocals.com](https://www.spottedbylocals.com)



Citymapper Wer im Urlaub öffentliche Verkehrsmittel nutzen möchte, findet hier alle wichtigen Informationen zu den Abfahrtszeiten von Bussen, Bahnen, U-Bahnen und Straßenbahnen. [Citymapper.com](https://www.citymapper.com)



Moovit bietet Echtzeitinformationen zu öffentlichen Verkehrsmitteln in vielen Städten und verschiedene Dienste für die Reiseorganisation. [Moovitapp.com](https://www.moovitapp.com)



WiFi Map ist eine der größten WLAN-Hotspot-Datenbanken weltweit. Wenn man im Urlaub auf öffentliches WLAN zugreifen möchte, bekommt man automatisch Infos über die nächsten verfügbaren Hotspots – zusammen mit deren Passwörtern. Derzeit bietet WiFi Map Zugriff auf über 150 Millionen WLAN-Hotspots weltweit und viele Benutzer bringen laufend neue Details in die App ein. [Wifimap.io](https://www.wifimap.io)

Für den Urlaub daheim



myOberösterreich-App: Seit dem Vorjahr ist die kostenlose App eine ideale Informations- und Inspirationsquelle für Ausflüge und Urlaube, Veranstaltungen und Genuss in Oberösterreich. Nutzer sammeln Treue-Punkte beim Check-in in der Gastronomie, in Beherbergungs-, Freizeit- und Kulturbetrieben. Damit können sie Prämien einlösen, an Gewinnspielen teilnehmen und sich in Wettkämpfen messen.

ausflugstipps.at



Schau aufs Land ist ein digitaler Stellplatzführer für naturnahes Camping bei Bio-Bauernhöfen und anderen nachhaltigen Betrieben. Verzeichnet sind über 1.200 Stellplätze bei 520 Partnerbetrieben. Darunter sind auch exklusive Stellplätze für Mitglieder von Schau aufs Land etwa bei Bauernhöfen und Weingütern. schauaufsland.com



7 x 2 Karten gewinnen für „ELLA, ELLA!“

Der Theatersommer Haag greift heuer ein höchst aktuelles Thema auf: Kann man Frieden erzwingen? Wir befinden uns im Jahr 411 v. Chr. Die Athener führen seit 30 Jahren Krieg gegen die Spartaner. Da beschließt eine Gruppe mutiger Frauen, dem Wahnsinn ein Ende zu machen. Die Frauen, angeführt von Lysistrata, verweigern sich in Haushalt und Ehebett und überreden alle griechischen Frauen, sich von ihren Männern fernzuhalten, bis diese bereit sind, Frieden zu schließen. Anfangs scheint es ein genialer Plan zu sein, aber lässt er sich durchziehen? Wie geht es den Männern, wenn plötzlich alle Frauen verschwinden? Ratlose Reaktionen und verzweifelte Versuche bieten Stoff auch für viele lachkräftige Szenen. Hinter dem Stück „ELLA, ELLA“ in der Regie von Ruth Brauer-Kvam steckt die utopische Komödie „Lysistrata“ des griechischen Dichters Aristophanes. Er war überzeugt davon, dass man das Publikum am besten durch das Lachen aufrüttelt.

Mitspielen und Karten gewinnen!

LIWEST Kunden erhalten eine **zehnprozentige Ermäßigung** auf Eintrittskarten aller Kategorien der Hauptproduktion „ELLA, ELLA!“ (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 27. Juli 2023 um 20.15 Uhr **7 x 2 Freikarten**.

Teilnahme und -bedingungen unter www.liwest.at/theaterhaag

THEATER
SOMMER · HAAG



Das Motto des Ensembles: Take humor seriously, and give peace a chance!



ALS **NEXTES** KOMMT DIE ZUKUNFT

Fernsehen neu entdecken



**Jetzt bestellen
0800 942424!**

LIWEST.AT/NEXT-TV >