

Ausgabe 02

Juni 2025

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

 **LIWEST**

Magazin

**MEDIENEXPERTIN
CLAUDIA FROSCHAUER**

Handy & Medien bewusst nutzen

+ Kinder-Handy:
wann & wie

+ Wie reif ist Österreich
für das Digitalzeitalter?

Die Freiheit, die du brauchst.

Neuer Handytarif
**LIWEST
Mobil GO 5G**
150 Mbit/s, 60000 MB
1000 MIN, 100 SMS



Jetzt
€ 15,00*
PRO MONAT
Für die ersten
3 Monate, danach
€ 20,- pro Monat



**Kombinieren
& Sparen!****

Kombinieren Sie ein **LIWEST Internet-**
oder **Kombi-Produkt** mit einem **LIWEST
Mobil Tarif** und **sparen Sie € 24,- jährlich.****

* LIWEST Mobil ist ein Produkt der LTK Telekom und Service GmbH. Nur mit gültigem Bankeinzug möglich. LIWEST Mobil GO 5G Aktion gültig bis auf Widerruf: Für die ersten drei Monate € 15,- pro Monat für die erste SIM-Karte pro Haushalt. Ab dem 4. Monat wird der Normalpreis in Höhe von € 20,- verrechnet. Ab Aktivierung der LIWEST Mobil SIM-Karte Vertragsabschluss mit LTK auf unbestimmte Zeit. Keine Mindestvertragsdauer. Ordentliche Kündigung (1-monatige Frist) am Ende der Abrechnungsperiode. Wirksam am Ende des Folgemonats.
** LIWEST Mobil DEAL gültig solange der LIWEST Internet- UND der Mobilfunkvertrag parallel laufen. Aktion gilt ein Vertragsleben lang. Vergünstigung nur für eine SIM-Karte pro Haushalt. LIWEST Mobil hat keine Vertragsbindung. Gutschrift auf LIWEST Mobil-Produkt. Rabatt gültig bei allen aktuellen Tarifen, für Neu- und Bestandskunden.

Inhalt Juni 2025

Medienexpertin

Claudia Froschauer

Spielerisches Wissen und positive Zugänge stärken unser kritisches Medienbewusstsein und Verhalten in jedem Alter.

4 – 9

Kinder-Handy: wann & wie

Das erste, zweite oder dritte Handy fürs Kind fordern Engagement und Knowhow der Eltern heraus.

14

Wie reif ist Österreich fürs Digitalzeitalter?

95 Prozent nutzen das Internet, aber drei Viertel wissen wenig bis nichts von Künstlicher Intelligenz.

16 – 17

- 10** Volle Power für die neue Eishockey-Saison
- 12** Wie kommt das Highspeed-Internet ins Hochhaus?
- 15** Neue Smartphones leben länger
- 18** LINZ AG eröffnet neues IT- und Data Center
- 19** LINZ AG Vorteilswelt: Sommer, Sonne, Sofortrabatte
- 20** 7 x 2 Karten gewinnen für "Die eingebildete Kranke"
- 21** LIWEST Event: Gaming-Fans zockten mit österreichischen Entwicklern
- 22** Neugierig auf den digitalen Wandel
- 23** Mike Farino: Das Comeback einer Legende

IMPRESSUM: Magazin der LIWEST Kabelmedien GmbH 02/2025
F.d. I. v.: LIWEST Kabelmedien GmbH, Lindengasse 18, 4040 Linz
office@teamliwest.at, liwest.at
Redaktion LIWEST für LIWEST Magazin 02/2025: Philipp Grünberger,
Marion Orliczek, Michael Zelinka, Lea Gangl, Theresa Mayr.
Texte & Grafik: naderer communication. Fotos: Kurt Hörbst,
istockphoto, LIWEST uva. Stand: Juni 2025.
Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten.



LIWEST Geschäftsführer
DI Dr. Stefan Gintenreiter, MBA

Verantwortung wahrnehmen!

Heute besitzen neun von zehn Österreicher*innen ein Smartphone. Praktisch alle Jugendlichen nutzen Internet, 15-16-Jährige fast sechs Stunden täglich. Negative Erfahrungen im Internet haben schon fünf von zehn Nutzer*innen gemacht. Drei von zehn berichten von diskriminierenden Äußerungen, Mobbing, Hass oder Gewalt. Kopfschütteln oder Krokodilstränen bringen uns da nicht weiter. Es ist höchste Zeit, sich diesen Herausforderungen aktiv zu stellen!

"Daumen hoch" statt Zeigefinger

LIWEST versteht sich als führender Internet-Anbieter in Oberösterreich. Exzellente Technik für Internet, TV und Mobiltelefonie darf bei uns vorausgesetzt werden. Darüber hinaus nehmen wir aber auch eine gesellschaftliche Verantwortung wahr. Sie kommt uns und anderen Unternehmen genauso zu wie etwa Schule, Erwachsenenbildung oder Verwaltung. Der Bedarf ist höher denn je. Viele Eltern und Lehrende fühlen sich von technischen Entwicklungen und kindlichen Wünschen überfordert. In den kommenden Monaten wollen wir etwa gemeinsam mit dem Forum MedienBildung zu einer bewussten Mediennutzung motivieren – nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern mit Neugier und guter Laune. Mehr dazu auf den folgenden Seiten des LIWEST Magazins.

Allen Kund*innen und unserem ganzen Team wünsche ich einen schönen Sommer!

Stefan Gintenreiter
LIWEST Geschäftsführer



Das Österreichische Umweltzeichen
für Druckerzeugnisse, UZ 24, UW 686
Ferdinand Berger & Söhne GmbH.

CLAUDIA FROSCHAUER

Handy & Medien bewusst nutzen

Seit 1. Mai gilt in Österreichs Schulen ein Handyverbot bis zur achten Stufe, wenn auch mit Interpretationsspielräumen. Damit soll die Konzentration der Schüler*innen verbessert werden.

Was davon zu halten ist und warum positive Zugänge unser Medienbewusstsein und Verhalten in jedem Alter viel besser stärken, erzählt Claudia Froschauer vom Forum MedienBildung.

Wir alle kennen solche Fälle. Das Kleinkind am Nachbartisch im Urlaub wird gefüttert und schaut dabei aufs Handy. Das Schulkind erklärt daheim, dass die anderen schon längst ein neues Smartphone hätten. Das pubertierende Kind treibt seine Eltern in den Wahnsinn, weil es heimlich ein zweites Handy erworben hat, um Sanktionen zu umgehen. Seit es Medien gibt, begeistern sich Kinder dafür. Vor zwanzig Jahren lasen 57 Prozent aller 6- bis 13-Jährigen mindestens einmal pro Woche in einem Buch. Am beliebtesten waren damals die Harry-Potter-Romane, gerne auch unter der Bettdecke. Heute nutzen 15- bis 16-Jährige im Schnitt 5,8 Stunden pro Tag ihr Smartphone. Die meiste Zeit davon verbringen sie in den sozialen Medien, mit 231 Minuten oder fast vier Stunden. (Quellen: Langzeitstudie KIM Mediennutzung von Kindern in Deutschland / „Helsinki-Studie“ 2024, 1.164 Jugendliche)

Analog und digital in Balance

Viele Eltern suchen nach Orientierung, was zur Beschäftigung ihrer Kinder gut sein könnte. „Familien, Schulen und Gesellschaft sind überfordert von der Dynamik und Schnelligkeit der Entwicklungen“, sagt Claudia Froschauer vom österreichi-



Das Forum MedienBildung will Menschen dazu befähigen, Medien kritisch und verantwortungsbewusst zu nutzen.

schen Forum MedienBildung (FoMB), wo sie die außerschulischen Aktivitäten verantwortet und mit unterschiedlichen Initiativen, Gemeinden oder Unternehmen wie LIWEST zusammenarbeitet. „Früher ging es in Jahrhundert-Schritten voran. Das 21. Jahrhundert hat mit zehnjährigen Zyklen begonnen. Inzwischen gibt es alle fünf Jahre etwas Neues.“ Ob Buch, CD oder App mache da keinen Unterschied.

Mag.a Claudia Froschauer stammt aus Grieskirchen, maturierte an der HAK Wels und absolvierte ein Studium der Wirtschaftswissenschaften an der JKU Linz. Zusätzliche Ausbildungen erwarb sie in den Bereichen Digital Marketing und systemisches Business Coaching. Nach Stationen als Marketing-Leiterin in mehreren Unternehmen ist sie heute als selbstständige Unternehmensberaterin sowie als Strategieverantwortliche bei einer Filmproduktion tätig. Im Vorjahr gründete sie gemeinsam mit zwei Pädagogen das „Forum MedienBildung“ (FoMB). Claudia Froschauer ist verheiratet, hat eine zehnjährige Tochter und wohnt in Luftenberg.



Die entscheidende Frage sei: „Welches Medium in welcher Dosis?“ Claudia Froschauer ist selbst Mutter einer zehnjährigen Tochter. Sie empfiehlt Eltern, auf eine gute Balance aus analogem und digitalem Erlebnis für ihre Kinder zu achten. „Wichtig ist eine sinnerfassende Mediennutzung einschließlich der digitalen Komponente. Diese wird stückchenweise erhöht.“

Jugendliche meist unterschätzt

Die Expertin unterstützt das Handyverbot in Schulen, um Aufmerksamkeit für das zu sichern, was Schüler*innen dort machen sollen: nämlich Lernen und Interagieren. „Ein Handyverbot ist aber keine Lösung für alle Herausforderungen. Digitale Medien sind State of the

■ Wie lebe ich meine Handynutzung vor? ■

Claudia Froschauer

Art, sind unser Kommunikationsmittel. Wenn ich das nicht ermögliche, dann ist es, als ob du früher nicht bei den anderen am Lagerfeuer sitzen hättest dürfen. Ohne WhatsApp-Gruppe bist du nicht Teil der Kommunikation in der Schule.“ Auch die Betroffenen selbst haben ein differenziertes Bild. Sie lehnen ein generelles Handyverbot in der Schule klar ab (73 Prozent). Dagegen findet ein Handyverbot mit Ausnahme für schulische Zwecke durchaus Zustimmung (56 Prozent; *Quelle: Ö3-Jugendstudie 2025, 24.000 Teilnehmer*innen*). „Von allen Generationen werden die heutigen Jugendliche am meisten unterschätzt. Sie sind sehr wohl reflektiert, aber sie haben einfach ein anderes Lebensmodell und Kommunikationsverhalten als frühere Generationen“, weiß Claudia Froschauer.

Drei Fragen: Wer, was, woher?

Bis zu Jahrtausendwende drehte sich die Medienwelt um Informationskompetenz und Recherchefähigkeiten. „Heutige Jugendliche interessieren sich nicht dafür, ob ein Inhalt journalistisch kuratiert wurde oder als bezahlter Beitrag auftaucht. Ihnen ist es wurscht, wie sie zu Informationen kommen“, erklärt Claudia Froschauer. „Studien zeigen, dass sie nicht suchen. Sie gehen davon aus: ‚Die Infos, die ich brauche, kommen zu mir.‘ Umso wichtiger ist



Claudia Froschauer fordert ein Medienbewusstsein, das sich an den Menschen orientiert und in vielen kleinen Schritten wächst.

es, dass Jugendliche ein gutes Bewusstsein dafür entwickeln, ob etwas fake ist oder nicht.“ Medienkompetenz („Media Literacy“) beschäftigt sich im Grunde mit drei Fragen: Wer, was und woher. Wer hat die Botschaft geschrieben? Was ist der Inhalt der Botschaft, was die Absicht dahinter, und was kann ich davon lernen? Woher kommt die Botschaft: „eins zu eins“ von Mensch zu Mensch, oder von einer Plattform „eins zu viele“?

Thema für alle Generationen

„Du gibst deinem Kind keinen Autoschlüssel ohne Führerschein, ohne Wissen um Verkehrsregeln, ohne Routine beim Autofahren. So ist auch unser Zugang: nicht wegsperren, sondern Bewusstsein bilden“, sagt Claudia Froschauer. „Früher haben Jugendliche gewaltfreie Kommunikation gelernt, Feedback geben, Klassenräte, Demokratie. Heute müssen sie den Umgang mit digitaler Kommunikation lernen, mit Mobbing und Cyberbullying, also digitalem Mobbing.“ Die Jugendlichen selbst sind dafür zu haben: Laut Ö3-Jugendstudie würde sich jede*r Zweite ein neues Schulfach „Medienbildung“ wünschen. „Das ist aber auch ein gesamtgesellschaftliches Thema. Es geht die Schule an, Gemeinden und Unternehmen, Familien und Gemeinschaften“, betont Claudia Froschauer und fordert ein stärkeres Medienbewusstsein. „Es braucht die notwendige Begleitung, vor allem eine Nachlernphase für Eltern, Senior*innen und Lehrer*innen.“ Dazu gehöre auch eine kritische Selbstreflexion: „Wie lebe ich meine Handynutzung vor? Wo bleibe ich hängen, ohne es geplant zu haben?“

Aufmerksamkeit vor Technik

Den Anfang des Weges markiert entgegen vielen Erwartungen – oder Befürchtungen – nicht die Technik. „Es geht um unsere Aufmerksamkeit!“ betont Claudia Froschauer. „Damit verdienen digitale Medien ihr Geld. Unser Verhalten liefert Daten, um unser Verhalten beim nächsten Kontakt zu beeinflussen. Wir müssen unser Hirn nutzen und überlegen: Was will der von mir? Wie ist der zu mir gekommen?“ Medienbildung für Erwachsene und speziell die ältere Generation dürfe sich nicht auf die technischen Möglichkeiten von Computerprogrammen oder digitalen Plattformen konzentrieren. „Wichtig ist auch: Wie ticken wir selbst? Wie funktioniert unser Gehirn?“ sagt Claudia Froschauer und nennt ein Beispiel. „Wir leben in Filterblasen mit einem Belohnungs-Schaltkreis und einem Wunsch-Schaltkreis. Das führt zum ‚endless scrolling‘. Unser Schauen und Wischen auf Facebook, Insta oder TikTok nimmt kein Ende, weil immer wieder etwas Interessantes gezeigt wird. In unserem Gehirn ist ‚endless scrolling‘ als endloses ‚sich-etwas-Wünschen‘ verankert.“



„ Lustig und niederschwellig wollen wir ein Bewusstsein schaffen. „

Claudia Froschauer

Schmerz oder Lustgewinn?

Zur Aktivierung von Erwachsenen eignen sich laut Claudia Froschauer nur zwei Hebel: „Schmerz oder Lustgewinn“. Auf der einen Seite steigt der Leidensdruck. „Es gibt immer mehr Fälle, wo die Polizei in durchschnittliche Familien gerufen wird, weil Kinder wegen Handy-Verboten durchdrehen.“ Als Beispiel für einen gewinnenden Zugang hat Claudia Froschauer die Initiative „Handybewusste Gemeinde Luftenberg“ gegründet. „Lustig

und niederschwellig wollen wir ein Bewusstsein schaffen – nicht anklagend.“ Die Initiative versteht sich als Angebot an Vereine, Firmen, Schulen, Eltern, Jung und Alt. Aktionen wie eine „Digitale Schnitzeljagd“ oder ein „Web-Checker-Vortrag“ wecken kritisches Denken und Selbstreflexion bei Kindern. Der Fußballverein Luftenberg verteilt Karten im Publikum unter dem Motto: „Schau aufs Spielfeld, nicht aufs Handy!“ Lokale rufen eine „Handyfreie Zone“ aus und laden per Bierdeckel ein: „Handy off, Reden on!“

Erkenne dich selbst!

Das Forum Medienbildung fungiert dabei als Brückenbauer und begleitet das Projekt mit dem nötigen Rüstzeug. Das Motto lautet: „Medien verstehen, Zukunft gestalten.“ Informationsangebote und Workshops vermitteln Mechanismen im Hintergrund, etwa „Die Rolle der Aufmerksamkeit im Geschäftsmodell“, und laden zu Achtsamkeitsübungen ein. Weitere Themen wie „Sicheres Internet“, „Erkenne Künstliche Intelligenz“ oder „ID-Austria für Pensionisten“ tragen zu einer breiten Medienbildung genauso bei wie grundsätzliche Fragen, etwa: „Was ist Boulevard-Journalismus?“ oder



„Welche Folgen hat Gleichgültigkeit?“ Die Initiative hat schon einige Projekte umgesetzt und der Öffentlichkeit präsentiert. Übungen wie den „Medientausch“ kann auch jede Familie außerhalb von Luftenberg ausprobieren: „Nutze einen Tag lang Medien deines Kindes, während dein Kind im Gegenzug deine Medien nutzt.“ Noch mehr Selbsterkenntnis bietet ein „Medientagebuch“ mit dem Ziel, nach einer Woche auszuwählen, welche Medien und Apps individuell guttun und welche reduziert werden (siehe Kasten links).

Ein Thema der Haltung

Angeichts der rasanten Entwicklung stellt sich die Frage, wie Medienkompetenz in zehn Jahren aussehen kann. „Es ist ein Thema der Haltung“, antwortet Claudia Froschauer. „Das digitale Ich ist zum Selbstverständnis geworden. Digitale Medien sind Teil unseres Lebens, irritieren mich und meine Haltung nicht. Dazu gehört geistige und körperliche Gesundheit. Dann ist viel geschafft.“ Auf die Schlussfrage, wo sie sich selbst in zehn Jahren sieht, lacht Claudia Froschauer und sagt: „In Bali? – Im Ernst: Hoffentlich noch genauso aktiv und positiv wie jetzt in meinem Themenfeld!“

PERSÖNLICH

Claudia Froschauer

ZEHN FRAGEN & ANTWORTEN

Wohin würden Sie morgen Früh verreisen?

Nach Bali.

Lieblingsmenü im Lieblingslokal?

Spaghetti con cozze & insalata mista beim Italiener des Vertrauens.

Feueralarm: Was retten Sie?

Mein Kind.

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Flüchtigkeitsfehler, die in der Eile passieren.

Welches Talent würde man Ihnen nicht zutrauen?

Ruhig sein können.

Welche Internetseite besuchen Sie nicht für Ihren Beruf?

Für Inspirationen etsy.com und für Entscheidungen idealo.at

Wann waren Sie am glücklichsten?

An Tagen wie diesen, wenn Beruf und Privat in Balance sind.

Welche Erfindung bewundern Sie am meisten?

Das Telefon.

Mit wem möchten Sie an der Hotelbar etwas trinken?

Mit Pink und Maria Theresia.

Und worüber reden?

Über die Jugend von heute.

ZEHN SÄTZE ERGÄNZEN

In meinem Kühlschrank findet sich immer ... **Lachs.**

Thema des letzten Tischgesprächs war

... **die Handynutzung.**

Ich wäre gern für einen Tag ... **ein Vogel.**

Meine größte Schwäche ist

... **zu schnell zu sein.**

An meinen Freunden schätze ich am meisten

... **die Offenheit.**

Meine Lieblingsbeschäftigung ist ... **reisen.**

Meine wichtigsten Lehrmeister war

... **mein erster Chef.**

Meine Lieblingssendung im Fernsehen ist

... **„Scobel“ auf 3sat.**

Am meisten verabscheue ich ... **Unehrlichkeit.**

Ich bin erfolgreich, weil ... **ich akzeptiert habe, dass ich so bin, wie ich bin.**

Medientagebuch führen

Eine Woche lang folgende Punkte notieren:

- 1) Datum: Wann habe ich das Medium oder die App genutzt?
- 2) Dauer: Wie lange genutzt?
- 3) Absicht: Was wollte ich ursprünglich am Handy tun?
- 4) Tatsächliche Nutzung: Was habe ich wirklich gemacht?
- 5) Gefühl: Ging es mir dabei gut / neutral / eher negativ?

Am Ende der Woche Einträge durchsehen und reflektieren:

- 1) Gibt es Apps oder Medien, die ich häufiger verwende als gedacht?
- 2) Welche haben mich besonders oft von meinem ursprünglichen Vorhaben abgelenkt?
- 3) Gibt es Muster oder wiederkehrende Gefühle nach der Nutzung?

Mehr Tipps und die neue "Digital Balance Karte" auf Seite 22



STEINBACH BLACK WINGS LINZ



Volle Power für die neue Eishockey-Saison

Nach einem phänomenalen Saisonende warten die Linzer Eishockey-Fans schon gespannt auf den Herbst.

Präsident Peter Nader und Verteidiger Patrick Söllinger sprechen im Exklusiv-Interview über Fakten und Ziele, Highlights und Emotionen.



Peter Nader

Obwohl das Saisonende schon Wochen zurückliegt, kommt Peter Nader noch immer ins Schwärmen: „Sieben Mal hintereinander Verlängerung ist Weltrekord! So eine Berg- und Talfahrt habe ich selten erlebt, weil man da emotional so mitgeht. Die Burschen waren Underdogs, vor allem gegen Graz, aber sie haben immer wieder eine Lösung gefunden und mit Willen und Einsatz gewonnen. Das ist einfach schön zu sehen!“ Die Steinbach Black Wings Linz haben in Oberösterreich einen mächtigen Eishockey-Boom entfacht. „Zum Gelingen gehören viele Mosaiksteine. Die Fans sind einer der wichtigsten: nämlich der Grundstein für die Stimmung. Wir haben die besten Fans in Österreich. Die Stimmung in unserer Halle ist unvergleichbar!“

Friedlich für den Sport

Was kaum jemand auffällt: Trotz hitziger Live-Atmosphäre gibt es keine Gewalt, es sind nur zwei Polizisten in der Halle. Bemerkenswert ist der Anteil von etwa 40 Prozent Frauen im Publikum. „Beim Eishockey herrscht ein anderer Spruch als auf dem Fußballplatz. Da kannst du auch Kinder mitnehmen, und sie werden Fans, weil sie die Stimmung mit-

reißt.“ Der Verein legt Wert auf eine gute interne Kommunikation und belohnt die Treue der Fans mit stabilen Kartenpreisen und vielen weiteren Vorteilen. In direkten Gesprächen mit den Fanclub-Obleuten werden Pläne vorgestellt, Entscheidungen erklärt und der Dialog gepflegt.

Professionell für das Ziel

Seit Mai 2021 steht der studierte Jurist Dr. Peter Nader als Präsident und Geschäftsführer an der Spitze der Steinbach Black Wings Linz. „Wir sind ein Sieben-Millionen-Betrieb. Das ist kein normaler Job. Du musst brennen für die Sache, dann ziehen alle mit. Ich bin stolz auf mein Team und darauf, was wir in den letzten vier Jahren geschafft haben!“ Die Fans können sich mitfreuen und weiterhin eine schlagkräftige Mannschaft unterstützen. „Unser Ziel ist es, an die Erfolge der vergangenen Saison anzuknüpfen und die Playoffs zu erreichen“, gibt der Präsident die Richtung vor.

„Du musst brennen für die Sache, dann ziehen alle mit.“

Peter Nader

Nachhaltig für die Zukunft

Doch der Kader steht vor einem Umbruch. Nach dem Abgang von sieben Spielern müssen sich neue erst einmal einfügen. „Unser Ziel ist immer, den Kern zu halten. Kontinuität in der Mannschaft ist Teil des Erfolgs“, erklärt Peter Nader.

„Zugleich wollen wir dichter, stärker werden und auch die dritte und vierte Linie punktuell ver-



Patrick Söllinger

stärken. Wir wollen mehr ‚Linzer Buam‘, aber gute Österreicher sind immer schwerer zu finden.“ In der Nachwuchsarbeit setzt der Verein auf Nachhaltigkeit und einen Horizont von fünf bis zehn Jahren. „Gute Leute aufzubauen geht nicht von heute auf morgen. Wir wollen von der Breite in die Spitze arbeiten. Wichtig ist dabei eine einheitliche Linie. Dafür sorgt die sportliche Leitung um Philipp Lukas.“

Konsequent für den Erfolg

Als Shooting-Star aus dem eigenen Nachwuchs hat sich Patrick Söllinger heuer einen Stammplatz erarbeitet. Der waschechte Linzer ist seit seinem dritten Lebensjahr für die Black Wings aktiv, durchlief sämtliche Nachwuchsstationen und absolvierte dazu noch das BORG Hönauerstraße. In der vergangenen Saison überzeugte der 20-jährige Verteidiger an der Seite des routinierten „Sheriffs“ Greg Moro und absolvierte alle 62 Partien. „Der Sprung in den Kader war mein Ziel. Hier habe ich von den Trainern immer mehr Spielzeit und Verantwortung bekommen“, sagt Patrick Söllinger. Anderen Jugendlichen, die es im Eishockey nach oben schaffen wollen, empfiehlt er: „Verfolge deinen Traum und arbeite hart daran. Es wird einem nichts geschenkt. Wenn du die Chance bekommst, tu alles um sie zu nützen!“

Unermüdlich für die „Linza“

Der junge Linzer schätzt das familiäre Klima im Verein. „Jeder kann mit jedem reden. Das ist nicht überall selbstverständlich.“ Der Linkschütze scheut mit seinen Gardemaßen

von 1,87 Metern und 90 Kilogramm keinen Zweikampf. Außerdem steuerte er in der letzten Saison drei Tore und neun Assists bei. Für die neue Saison ist er voll motiviert. „Wir werden alle daran arbeiten, dass wir wieder einen draufsetzen können und noch einen Schritt weiterkommen.“

„Verfolge deinen Traum und arbeite hart daran.“

Patrick Söllinger

Dazu brauchen wir die Unterstützung von den Fans. Die Leute in der Halle motivieren dich auf dem Eis, die Stimmung reißt dich mit – ganz anders als in der

Alps League oder irgendwo in Vorarlberg. In Linz sind wir gut aufgestellt. Das ist mir in der letzten Saison so richtig bewusst geworden.“

> [blackwings.at](#)





Fotos: EHL Wohnen GmbH

BREITBAND-AUSBAU

Wie kommt das Highspeed-Internet ins Hochhaus?

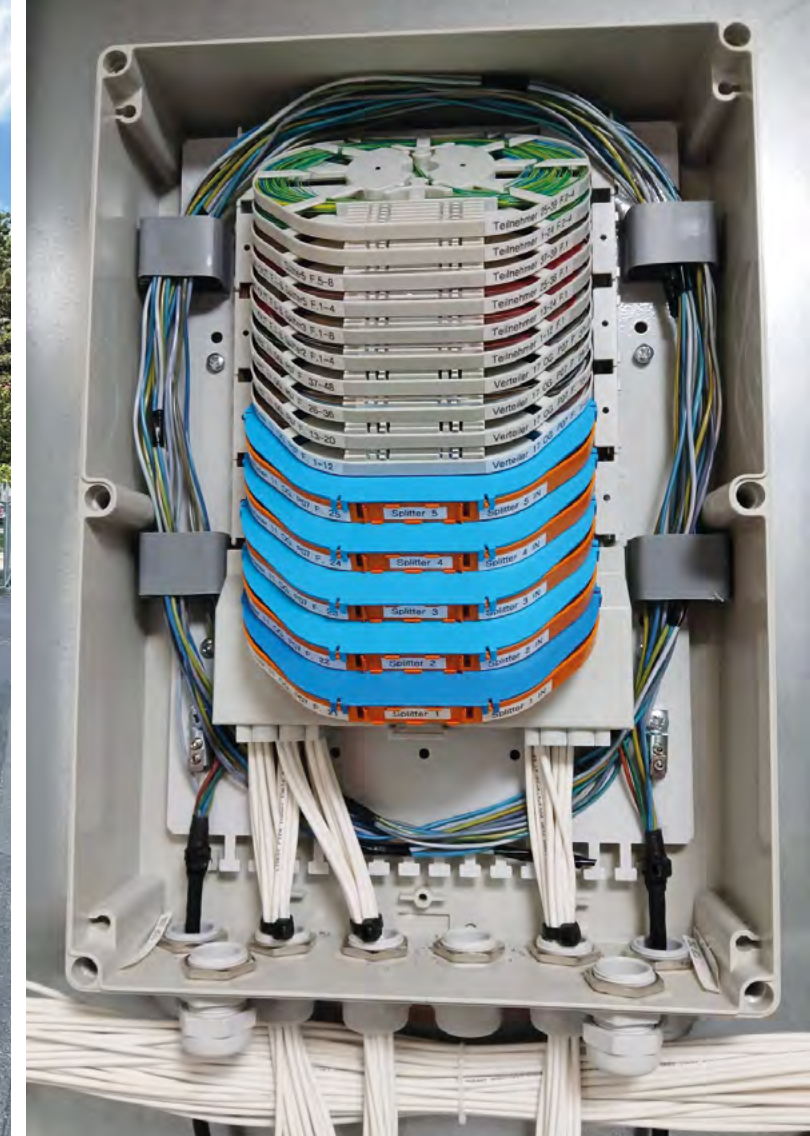
In manchen Straßen liegt das Glasfaserkabel bereit wie ein schlafender Riese. Es erwacht zum Leben, wenn sich Menschen für einen Breitband-Anschluss entscheiden.

Wie leistungsfähig und unkompliziert die Glasfasertechnik heute ist, zeigt ein Blick hinter die Kulissen eines neu erbauten Hochhauses.

Seit mehr als 25 Jahren steht LIWEST für Glasfaser-Internet und setzt Maßstäbe bei Bandbreite und Stabilität. Ein spektakuläres Vorzeigeprojekt für den Breitband-Ausbau durch LIWEST ist mitten in Linz entstanden: der High Five Bulgari Tower. Der „Turm zum Wohnen und Arbeiten“ ist 67 Meter hoch und prägt das Erscheinungsbild des Bulgari-Platzes völlig neu. Straßenbegleitend ergänzen zwei Flügeltrakte mit bis zu sieben oberirdischen Geschoßen den Gebäudekomplex. Im Erdgeschoß finden sich Gewerbeflächen von etwa 1.500 Quadratmetern, in den 21 Stockwerken darüber insgesamt 339 Wohnungen in Kombination mit flexibel nutzbaren Räumlichkeiten. Die Anlage verfügt über 156 Tiefgaragenplätze, 30 Kfz-Stellplätze mit E-Ladeinfrastruktur und 570 Fahrradabstellplätze.

Ein klarer Fall für LIWEST

Wer hier in einem modernen und stilvollen Apartment lebt, erwartet natürlich auch superschnelles Internet. Ein klarer Fall für LIWEST: Der führende regionale Internetanbieter wirkt seit dem Start des Projekts mit. Von Planung und Baubeginn bis zur Schlüsselübergabe ist LIWEST laufend involviert. Alexander Mahringer, LIWEST Infrastructure & Technical Support Services, Project Manager Network Construction, war zum Baustart vor zwei Jahren gleich mit einer zusätzlichen Herausforderung konfrontiert. Eine alte, drei Zentimeter dicke Koaxial-Hauptleitung befand sich unter dem Parkplatz des ehemaligen Supermarkts, auf dessen Areal das Hochhaus inzwischen steht. Die Leitung wurde erfolgreich verlegt und versorgt weiterhin den Wohnblock hinter dem High Five Bulgari Tower.



Alle 339 Wohnungen des neuen High Five Bulgari Towers in Linz verfügen über einen LIWEST Gigabit-Anschluss. Der Deckel im Bild links gehört nicht zum Kanal, sondern zu einem Kabelschacht; im Bild rechts eine der Kabelverteilungen im Haus.

Drei Fasern für ein ganzes Hochhaus

Unter dem Gehsteig neben der Baustelle verlief bereits eine LIWEST Glasfaser-Hauptleitung. Über einen spezifischen Deckel erfolgte der Zugang zum Kabelschacht. Nun musste das Glasfaserkabel aufgesplittet und einige Meter auf das Grundstück und damit in das Hochhaus geleitet werden. Lediglich drei von 256 möglichen Fasern wurden schließlich zur kompletten Versorgung des gesamten Hochhauses für LIWEST Gigabit-Internet benötigt. Damit können LIWEST Kund*innen auch im 21. Stock des High Five Bulgari Towers mit bis zu 1 Gbit/s surfen, streamen und gamen. Das Geheimnis dahinter liegt in der Glasfasertechnik. Lichtsignale bewegen sich sehr schnell. Glasfasern

haben eine geringe Dämpfung, das heißt, die Lichtsignale werden auch über lange Strecken nur wenig abgeschwächt. Glasfaser ermöglicht daher deutlich höhere Datenübertragungsraten als herkömmliche Kupferkabel.

Alles bereit für Plug & Play

Ab dem Baubeginn sorgten LIWEST Partnerunternehmen für die Elektroinstallation, Leerverrohrung, Infrastruktur, Verkabelung sowie Installation von der Hauptleitung unter der Straße über die Verteilerkästen in den Stockwerken bis zu den jeweiligen Einheiten. Jede Wohnung verfügt über eine LIWEST Glasfaser-Abschlusdose, in der das Glasfaser-Modem bzw. in weiterer Folge das LAN/WLAN-Modem nur mehr per Plug & Play angeschlossen werden muss. LIWEST übernimmt für die Kund*innen auch den Wartungs- und Störungs-Service. Mit dem Quadrill Tower wird das nächste Hochhaus an das LIWEST Glasfasernetz angeschlossen. Das markante Gebäude bei der Linzer Tabakfabrik befindet sich ebenfalls in der Fertigstellung.



Foto: iStockphoto

SICHERHEIT

Kinder-Handy: wann & wie

Das erste, aber auch das zweite oder dritte Handy fürs Kind fordern Knowhow und Engagement der Eltern heraus.

Die Initiative Saferinternet.at erleichtert die Orientierung und gibt viele wertvolle Tipps von Expert*innen und Betroffenen.

Rund 13 Millionen mit dem Internet verbundene Mobiltelefone wurden in Österreich im Februar 2025 gezählt. Viele Österreicher*innen besitzen mehr als nur ein Smartphone. Drei von zehn Personen berichten laut Statistik Austria, online auf Inhalte gestoßen zu sein, die sie als feindselig oder erniedrigend empfinden. Thematisch beziehen sich diese Inhalte am häufigsten auf politische oder gesellschaftliche Ansichten, Religion oder Weltanschauung, ethnische Zugehörigkeit, sexuelle Orientierung oder Geschlecht.

Grundschule: Schritt für Schritt

Das erste Handy erlebt nicht nur das Kind, sondern auch seine Eltern meist als Herausforderung. „Eine pauschale Empfehlung für das richtige Gerät gibt es nicht“, heißt es bei der österreichischen Initiative saferinternet.at, die Kinder, Jugendliche, Eltern und Lehrende beim sicheren, kompetenten und verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien unterstützt. Als Einstiegs- oder Notfallhandy – etwa wenn Schulanfänger*innen lediglich am Schulweg erreichbar sein sollen – genügt meist ein einfaches Mobiltelefon ohne Internetzugang. Spezielle Kinderhandys mit reduzierten Funktionen und kindersicherem Webbrowser erleichtern den nächsten Schritt. Manche Geräte verfügen über einen eigenen Notfallknopf, mit dem das Kind in Stresssituationen schnell die Eltern anrufen kann, und die Möglichkeit zur Handyortung. Etwa die Hälfte der acht- bis zehnjährigen Kinder in Österreich besitzt ein eigenes Smartphone.

Nutzung regeln und entwickeln

Das Internet ist global, die Gesetzgebung aber nicht. Zum Schutz ihrer Kinder können Eltern unter vielen Apps wählen und diese am Smartphone für das Kind einrichten. Beispielsweise verhindert die App „Kids Home“ von Samsung, dass Kinder ohne die Erlaubnis ihrer Eltern Apps kaufen oder installieren, und beschränkt den Zugriff auf nicht altersge-

rechte Inhalte. Zudem können Eltern damit die Bildschirmzeit sowie die Nutzung bestimmter Apps begrenzen. Ähnliche Funktionen bietet die App „Google Family Link“. Auch kinderfreundliche Browser-Einstellungen sind hilfreich. Die Suchmaschine „fragFINN“ zeigt etwa nur geprüfte und altersgerechte Webseiten an.

Smartphone ab 13: Miteinander reden!

Ein „normales“ Handy gilt dann als sinnvoll, wenn das Kind dazu in der Lage ist, auch online Gefahren zu erkennen und abzuschätzen. Das geeignete Alter für ein vollwertiges, modernes Smartphone ohne größere Restriktionen sehen Fachleute frühestens mit 13 Jahren. Sie empfehlen Eltern, regelmäßig mit ihren Kindern über die Nutzung des Smartphones zu sprechen. Auch Einschränkungen sollen gemeinsam vereinbart werden, beispielsweise zeitliche Begrenzungen für die Bildschirmzeit, handyfreie Zeiten (Mahlzeiten, vor dem Schlafengehen), deaktivierte Funktionen oder Filter am Handy. Nicht zu unterschätzen ist schließlich die Vorbildfunktion der Eltern, aber auch des Freundeskreises, der ein Kind am Weg in die Digitalwelt begleitet.

> saferinternet.at

HANDY-TRENDS 2025

Neue Smartphones leben länger

Beim weltweit wichtigsten Branchentreff, dem Mobile World Congress in Barcelona, haben führende Hersteller von Smartphones kürzlich ihre neuesten Entwicklungen gezeigt.

● **Künstliche Intelligenz (KI):** Ihre Rolle wächst rasant auch in der kommenden Smartphone-Generation. Damit soll das Gerät fast ausschließlich per Sprachassistent bedient werden, um etwa Nachrichten zu diktieren, Apps zu starten oder Einstellungen zu ändern. Außerdem werden Nutzer*innen von KI-gesteuerter Fotografie profitieren, so die Hersteller. Die KI erkennt Motive automatisch, optimiert Lichtverhältnisse oder Hintergründe und entfernt störende Personen oder Objekte aus dem Bild.

● **Bessere Akkus:** Dank spezieller Silizium-Karbon-Zellchemie bieten neue Akkus höhere Kapazitäten bei gleicher Größe.

● **Schnellere Prozessoren:** Von besserer Leistung und Effizienz profitiert die KI genauso wie etwa die Gamingwelt.

● **Schlankere Designs:** Samsung und Apple haben „Slim Lines“ für ihre Modelle angekündigt. Das betrifft vor allem die verbaute Kamera- und Zoom-Technologie sowie die Akkus, die nicht nur besser, sondern auch immer dünner werden.

● **Faltbare Displays:** Neue Foldables von Samsung, Huawei oder Oppo sind zwei- bis dreifach faltbar. Xiaomi bereitet ein Modell vor, das sich auf die Größe eines Tablets entfaltet.



Foto: Xiaomi

● **Nachhaltigere Geräte:** Ab 20. Juni 2025 gelten laut EU-Ökodesign-Verordnung neue Produktrichtlinien für Smartphones und Tablets. Bestimmte Schutzstandards für die Widerstandsfähigkeit gegen Stürze, Kratzer, Staub und Wasser steigen, um die Haltbarkeit der Geräte zu verlängern. Ersatzteile müssen mindestens sieben Jahre lang verfügbar sein, Betriebssysteme mindestens fünf Jahre lang.

LIWEST Magazin per Post abonnieren



Abonnieren unter
liwest.at/magazinabo

DIGITALE WELT

Wie reif ist Österreich für das Digitalzeitalter?

Wo steht die Alpenrepublik im EU-Vergleich? Wie sieht es mit unserem Wissen über digitale Kommunikation oder künstliche Intelligenz aus? Wie nutzen wir Internet und soziale Medien?

Und was treibt die Jugend von heute?

Der EU-Länderbericht „Digitale Dekade 2024“ nimmt auch Österreich unter die Lupe. Demnach verfügen wir über „eine qualifizierte Bevölkerung, wettbewerbsfähige Akteure in den Halbleiter- und Quantensektoren sowie ein gutes Unterstützungssystem für Startups“. Der Bericht notiert „bemerkenswerte Fortschritte im Bereich der Gigabit-Konnektivitätsinfrastruktur und der Einführung von Cloud-Technologien“. Die Breitbandanbindung und die Nutzung digitaler Technologien durch Unternehmen könnten weiter verbessert werden. Die Digitalisierung alltäglicher öffentlicher und privater Dienste sehen 71 Prozent der österreichischen Bürger*innen als Erleichterung für ihr Leben – fast der EU-Durchschnitt.

Digitale Grundkenntnisse: Note 2–3

Aber wie gut kennen sich die Österreicher*innen aus? Mit ihrer digitalen Kompetenz liegen sie im oberen europäischen Mittelfeld. 65 Prozent verfügen über zumindest grundlegende digitale Kenntnisse, im EU-Schnitt sind es 56 Prozent. An der Spitze liegen Niederlande und Finnland mit 83 Prozent, Bulgarien und Rumänien sind

Schlusslichter mit 36 bzw. 28 Prozent. Die Europäische Union hat sich zum Ziel gesetzt, dass bis 2030 mindestens 80 Prozent der Bevölkerung über zumindest grundlegende digitale Kenntnisse verfügen sollen. Bei weitem am stärksten ist einschlägiges Wissen hierzulande im Bereich „Kommunikation und Zusammenarbeit“ vorhanden. In den Bereichen „Umgang mit Informationen und Daten“ und „Problemlösen“ liegt ebenfalls ein relativ hohes Kenntnisniveau vor. Die Kenntnisse in den Bereichen „Sicherer Umgang mit dem Internet“ und „Erstellen digitaler Inhalte“ sind hingegen schwächer als in den anderen Bereichen ausgeprägt. (Quelle: Statistik Austria, Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten, 5.800 Befragte)



95 Prozent der österreichischen Bevölkerung nutzen das Internet, die meisten davon (fast) täglich.

Wissen über KI: Nicht genügend

Etwa ein Viertel der heimischen Bevölkerung stuft das eigene Wissen über Künstliche Intelligenz (KI) als gut ein, die Mehrheit schreibt sich wenig bis kein Wissen zu. Das geht aus aktuellen Daten von Statistik Austria hervor, die im Mai 2025 veröffentlicht wurden und erstmals Einblicke in Wissen und Einstellung zu KI sowie das Nutzungsverhalten der 16- bis 74-Jährigen in Österreich bieten. Jüngere und Menschen mit Hochschulabschluss sind in Sachen KI deutlich aufgeschlossener. Mehr als die Hälfte der 16- bis 24-Jährigen empfindet die zunehmende Nutzung von KI als positiv und nutzt KI-Tools wie ChatGPT. „Das Mega-Thema künstliche Intelligenz ist bei einem Großteil der Bevölkerung in Österreich bislang kaum angekommen. Die Nutzung von KI wird eher skeptisch gesehen und generative KI-Tools werden wenig oder gar nicht eingesetzt“, sagt Statistik Austria-Generaldirektor Tobias Thomas.

Internet und Social Media: Altersgefälle

● **Internet:** 95 Prozent der Personen in Österreich im Alter zwischen 16 und 74 Jahren nutzten das Internet im Vorjahr, die meisten davon täglich oder fast täglich. Lediglich 4 Prozent waren noch nie im Internet. Die digitale Kluft zwischen den Generationen ist nach wie vor tief. In Österreich nutzt nur jeder zweite Mensch zwischen 75 und 84 Jahren das Internet, bei den 16- bis 24-Jährigen sind es fast alle. (Quelle: Statistik Austria)

● **Social Media:** 7,3 Millionen Österreicher*innen beschäftigen sich regelmäßig mit sozialen Medien. An der Spitze liegen die beiden Meta-Marken Facebook und Instagram mit jeweils 3,2 Millionen Nutzer*innen, gefolgt von LinkedIn mit 2,7 Millionen, Snapchat und Pinterest mit jeweils 2,5 Millionen, TikTok mit 2,3 Millionen, X mit 1,5 Millionen. Über ein Drittel der 55- bis 64-Jährigen und ein Viertel der 65- bis 74-Jährigen nutzen soziale Netzwerke. (Quelle: statista.de)

Jugend: Wer hätte das gedacht

Vorneweg: Vier von fünf Jugendlichen wollen in keinem anderen Land als in Österreich leben. (Quelle: Ö3-Jugendstudie 2025, 24.000 Teilnehmer*innen zwischen 16 und 25 Jahren)

● **Freizeit:** Bei den liebsten Freizeitbeschäftigungen der heutigen Jugend liegt „Musik hören“ (94%) vor „mich mit Leuten treffen“ (91%) und „Zeit mit der Familie verbringen“ (88%), gefolgt von „Social Media nutzen“ und „Chillen“ (beide 84%) sowie „Filme und Serien anschauen“ (83%).

● **Social Media:** Für drei Viertel der Jugendlichen bedeutet Social Media hauptsächlich Unterhaltung. Sie sehen TikTok, Insta, Snapchat & Co als „Zeitfresser, aber ich komm nicht davon los“ (68%).

● **Shopping:** Ebenfalls drei Viertel shoppen regelmäßig online, 41 Prozent kaufen Kleidung, Elektronik oder Möbel auch aus zweiter Hand.

● **Künstliche Intelligenz:** 58 Prozent der Jugendlichen sagen: „Finde ich super, ich werde alles nutzen, was möglich ist“, 42 Prozent haben „irgendwie Angst“. Eine breite Mehrheit von 82 Prozent will unbedingt verstehen, wie KI funktioniert, „sonst sind wir beeinflussbar“.

● **Big Data:** Dass Google, Amazon, Apple, Microsoft & Co Daten sammeln und verarbeiten, ist für 46 Prozent ein Problem, 35 Prozent hingegen sagen: „Darüber denke ich nicht nach“.

● **Eltern:** Knapp drei Viertel akzeptieren ihre Eltern als Follower*innen auf Social Media, 27 Prozent hingegen würden sich kontrolliert fühlen. Auf die Frage, wer ihre Eltern später pflegen wird, wären 39 Prozent selbst dazu bereit. 59 Prozent hoffen auf Pfleger*innen, und 3 Prozent nennen den Pflegeroboter.



Bei der Digitalkompetenz liegen wir im europäischen Mittelfeld.

HOCHMODERNES RECHENZENTRUM

LINZ AG eröffnet neues IT- und Data Center

Die LINZ AG TELEKOM eröffnete Ende Mai ihr zweites IT- und Data Center und setzt damit einen Meilenstein für die digitale Zukunft Oberösterreichs.

Das hochmoderne Rechenzentrum ist nach den neuesten Normen zertifiziert und für höchste Ansprüche an Innovation, Sicherheit und Leistung gerüstet. Auch in puncto Nachhaltigkeit wird einiges geboten.

Der Bedarf bei Unternehmen nach hochqualitativen Möglichkeiten für die Verwaltung ihrer Daten steigt laufend. Nachdem die Serverstellplätze im bestehenden IT- und Data Center in Urfahr großteils ausgelastet sind, hat sich die LINZ AG TELEKOM als verantwortungsvoller IT- und Telekommunikationsdienstleister rechtzeitig für den Bau eines weiteren, hocheffizienten Rechenzentrums entschieden. Ende Mai erfolgte schließlich die feierliche Eröffnung des neuen IT- und Data Center in der Oberfeldstraße 4 in Linz. Mit der Integration des neuen IT- und Data Centers in das multifunktionale Netzgebäude der LINZ AG-Tochter LINZ NETZ GmbH wurde auch in puncto nachhaltige Standortwahl ein neuer Maßstab gesetzt. Beispielsweise wird für die Kühlung des neuen Rechencenters Fernkälte aus der ebenfalls im Netzgebäude befindlichen Fernkältezentrale eingesetzt. Die Abwärme aus dem IT- und Data Center wiederum wird künftig das Netzgebäude beheizen. Die bepflanzte Grün-Fassade ist ein sichtbares weiteres Beispiel für Nachhaltigkeit. Die LINZ AG investiert hier rund 14 Millionen Euro.

Moderne Infrastruktur trifft auf höchste Sicherheitsstandards

Das neue IT- und Data Center der LINZ AG TELEKOM ist ein hochmodernes Rechenzentrum, das auf die Anforderungen einer zukunftsfähigen, sicheren Datenversorgung für Businesskunden und die LINZ AG selbst



Das neue IT- und Data Center befindet sich im linken Teil des multifunktionalen Netzgebäude der LINZ NETZ GmbH (ein Tochterunternehmen der LINZ AG). Die bepflanzte Grün-Fassade ist ein sichtbares Beispiel für die Nachhaltigkeit des Rechenzentrums.

ausgerichtet ist. Auf einer Gesamtfläche von rund 2.700 m² verfügt das Rechenzentrum über modernste Technik in den Bereichen IT-Hard- und -Software, Kühlung, Zutritts- und Videoüberwachung, Brandschutz und Löschvorkehrung, Stromversorgung und Energiebedarfsmanagement. Rund 600 m² stehen als Serverfläche zur Verfügung und bieten Platz für 204 Serverracks (Serverschränke) bzw. 9.000 Server. Auch gegen etwaige Stromausfälle ist das neue IT- und Data Center bestens gerüstet: Die Versorgung erfolgt aus drei Umspannwerken. Zur zusätzlichen Absicherung gibt es im Endausbau drei Dieselgeneratoren, die das System 72 Stunden lang aufrechterhalten können. „Die rasche und sichere Verfügbarkeit von Daten zählt längst zu den Grundbedürfnissen unserer Zeit und ist ein wichtiger Standortfaktor“, streicht LINZ AG-Generaldirektor Erich Haider die Bedeutung der regionalen Datenverwaltung hervor. Die Gewissheit, dass Daten in einem sicheren Rechenzentrum in Linz liegen und nicht etwa in einer anonymen Cloud, ist für Unternehmen ein großer Pluspunkt. Immerhin gelten Österreichs strenge Datenschutzgesetze nicht überall auf der Welt.



Sommer, Sonne, Sofortrabatte:
Mit **LIWEST** und der **LINZ AG Vorteilswelt!**

LIWEST
+ Stromliefervertrag
= 20 Gratisstromtage jährlich
und Zugang zur App

LIWEST
+ Stromliefervertrag
+ Wärme oder Erdgas
= 30 Gratisstromtage jährlich
und Zugang zur App



LINZ AG



Gratis schwimmen in den LINZ AG Bäderoasen, ein Gratisgetränk in der Sandburg genießen und vieles mehr. Zusätzlich erhalten Sie bis zu 30 Gratisstromtage jährlich. Mehr auf www.linzag.at/vorteilswelt

GAMING

LIWEST Event: Gaming-Fans zockten mit österreichischen Entwicklern



Ein voller Erfolg war das Gaming-Event von LIWEST mit den beiden Partnern Game Developers Linz (GDL) und last by Schachermayer. Über 150 Gaming-Fans folgten den Präsentationen bekannter österreichischer Entwickler und zockten anschließend gemeinsam deren Spiele. Mit dabei waren Laurenz Baumgartner (EDENFALL), Florian Friedrich (a doctor's term), Daniel Kualess und Florian Landerl (KING OF THE PING VR), Christoph Lipphart (GLINTLAND), Johannes Lugstein (SLOPECRASHERS), Gabriel Mittermair (CONFINED), Michael Steinkellner und Sebastian Uitz (A WEBBING JOURNEY).

Qualität und Spielerlebnis

„Wir freuen uns über die großartige Entwicklung und Qualität von Spielen aus Österreich, denen wir gemeinsam mit unseren Partnern bewusst Raum geben“, so LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintreiter. „Als führender Internetanbieter der Region sorgen wir für eine stabile und schnelle Infrastruktur, die das Spielerlebnis unserer Kund*innen unterstützt. Gleichzeitig fördern wir mit unserem Programm ‚LIWEST loves Games made in Austria‘ die heimische Gamer-Szene.“ Bei vielen Gesprächen samt gratis Getränken



und Pizza sponsored by LIWEST klang der Abend im einzigartigen Linzer Jugend- und Kulturzentrum last by Schachermayer aus.

Die Präsentation steht auf dem Twitch-Kanal der Game Developers Linz (GDL) bereit. Die Vorbereitung des nächsten Events „LIWEST loves Games made in Austria“ im Frühjahr 2026 wieder im last by Schachermayer laufen bereits. Auch beim Gaming-Event „Game On“ der Tips am 20.11.2025 ist LIWEST Hauptsponsor.



Foto: Bruno Klotz/Theatersommer Haag

**THEATER
SOMMER
HAAG
25 JAHRE**

THEATERSOMMER HAAG

7 × 2 Karten gewinnen für „Die eingebildete Kranke“

Der Theatersommer Haag feiert heuer sein 25-jähriges Bestehen und hat sich dafür etwas Außergewöhnliches einfallen lassen. Auf dem Programm steht ein Komödienklassiker von Molière, allerdings in einer erstklassigen Neuinterpretation. Ursula Strauss übernimmt die Hauptrolle als „Die eingebildete Kranke“. Intendant Christian Dolezal kam bei der Präsentation ins Schwärmen: „Die Uschi, wie ich sie nennen darf, ist sehr, sehr lustig.“ Für die Inszenierung konnte Leander Haussmann gewonnen werden, einer der großen Regisseure im deutschsprachigen Raum.

Ausgezeichnete Architektur

Um diese „Großunternehmung“ auf die Bühne in der Stadtgemeinde Haag zu bringen, arbeiten die Theatermacher heuer mit dem Landestheater Niederösterreich zusammen. Außergewöhnlich ist auch der Haager Theaterbau. Am Hauptplatz wird alljährlich eine Tribüne mit Platz für 532 Zuschauer*innen errichtet. 300 freiwillige Helfer*innen und ein Expertentrupp bauen die sechs Tonnen schwere, imposante Holz-Stahl-Konstruktion auf, die schon mehrfach national und international ausgezeichnet wurde.

> theatersommer.at

Mitspielen und 7 × 2 Karten gewinnen!

● **Ermäßigung:** LIWEST Kund*innen erhalten eine zehnprozentige Ermäßigung auf Eintrittskarten aller Kategorien der Hauptproduktion „Die eingebildete Kranke“ (max. zwei ermäßigte Karten pro Kundennummer). Die Karten können ausschließlich beim Veranstalter unter der **Telefonnummer 07434 44600** bzw. unter **reservierung@theatersommer.at** mit Bekanntgabe der LIWEST Kundennummer bestellt werden.

● **Gewinnspiel:** LIWEST verlost zum 25-Jahr-Jubiläum für die Vorstellung am 25. Juli 2025 um 20:15 Uhr 7 × 2 Freikarten. Die Teilnahme ist ausschließlich unter **gewinnspiel@teamliwest.at** (Teilnahmeschluss 30.06.2025) möglich – einfach die **Namen** der Teilnehmer*innen mitteilen! Die Gewinner*innen werden dann von LIWEST direkt verständigt.



Foto: Peter Kainrath/Theatersommer Haag

Ursula Strauss und Christian Dolezal spielen die Hauptrollen in der Jubiläums-Produktion 2025.



Zum Auftakt diskutierten Vertreter*innen von Initiativen, Politik und Unternehmen über Wirtschaft und Innovation in Linz.

FESTIVAL OF CURIOSITY

Neugierig auf den digitalen Wandel

Ein zweitägiges Event mit der Einladung, neugierig zu sein: Das erste Festival of Curiosity fand kürzlich in der Linzer Tabakfabrik statt. „Tauche ein in eine Welt voller Entdeckungsfreude, neuer Ideen und überraschender Perspektiven. Hier darf ausprobiert, gestaunt und hinterfragt werden“, so die Aufforderung des Organisationsteams um Katharina Ehrenmüller und Patrick Rammerstorfer von der Non-Profit-Initiative „Ministerium für Neugier & Zukunftslust“ sowie Marie-Louise Schnurpfeil vom Linz Tourismus. Mit an Bord des Festivals waren weiters die Stadt Linz, Land Oberösterreich, die Kunstuni, Ars Electronica, IT:U, Tabakfabrik und Unternehmenssponsoren wie LIWEST.

Neugier speist Motivation

„LIWEST steht seit Anfang an hinter dem Konzept des Festivals of Curiosity. Neugier gehört neben Nähe, Spaß und Zuverlässigkeit zu unseren zentralen Unternehmenswerten. Neugier lässt uns über den eigenen Tellerrand blicken und befeuert unsere fachliche und persönliche Weiterentwicklung“, so LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenteiter, selbst Teilnehmer der Podiumsdiskussion zum Auftakt unter dem Titel „Von der Stahlstadt in die Zukunft – Wirtschaft und Innovation“. Keyno-

tes und Panels – mit englischer Simultan-Übersetzung – gingen in der Lösehalle der Tabakfabrik über die Bühne. Beim „Open Tabakfabrik Day“ konnte das Publikum etwa 80 Mieter*innen über die Schulter schauen. Im vielfältigen Rahmenprogramm fanden sich Aktivitäten von Workshops für Schulklassen über einen „KI-Spielplatz“ bis zu sportlichen Probetrainings.

Einfach selbst mitmachen!

Unter dem Motto „Aufmerksamkeit, Bitte!“ präsentierte LIWEST gemeinsam mit dem Forum MedienBildung neun Stationen rund um das Thema Mediennutzung. „Wir wollen zur Bewusstseinsbildung mit einfachen Übungen beitragen, die auch Familien mit Kindern machen können“, sagt Lea Gangl vom LIWEST nextLAB. Zu den Aufgaben gehören etwa Selbstreflexion mittels Medientagebuch und Herausforderungen wie: „Google dich selbst“ oder „Du bekommst eine Nachricht, darfst sie aber nicht anschauen.“ Ein weiteres Highlight waren die druckfrischen „Digital Balance Karten“, die beim Festival of Curiosity erstmals verteilt wurden. 45 verschiedene Spielkarten stellen jeweils eine Aufgabe und formulieren ein zugehöriges Ziel.

- **Gewinnspiel:** LIWEST verlost zehn Kartensets der „Digital Balance Karten“ unter allen Leser*innen des LIWEST Magazins. Einfach an gewinnspiel@teamliwest.at (Teilnahmeschluss 30.06.2025) schreiben und den **Namen mit der Postadresse** mitteilen.



LIWEST KAMPAGNE

Mike Farino: Das Comeback einer Legende

Ganz Österreich fragt sich: Wer ist denn dieser hinreißende Künstler aus der LIWEST Werbung? Hier die bewegende Geschichte eines Mannes, der nie aufhört, an sich zu glauben.

Geboren am 23. Mai 1977 in Wien, begann Mike Farino seine musikalische Laufbahn bereits als Kind. Mit seiner einzigartigen Stimme und seinem Charisma eroberte er die Herzen der Schlagerfans. Doch wie so oft in der Unterhaltungsbranche verlief seine Karriere nicht geradlinig. Nach Jahren im Rampenlicht folgte eine Phase des Rückzugs – aber nie der Resignation. Seine Vorbilder sagen viel über seine Persönlichkeit aus: musikalische Leidenschaft, Entertainer-Qualität und eine Prise Weisheit.

Comeback der Sehnsucht

2012 wagte Mike Farino einen mutigen Schritt in die Filmwelt. In dem Kurzfilm „Vaya Con Dios“, der für das Instant 36 Kurzfilmfestival produziert wurde, feierte er sein Leinwanddebüt. Der Film gewann den Publikumspreis und belegte den dritten Platz – ein vielversprechender Erfolg. 2018 stand er erneut vor der Kamera – diesmal als Hauptfigur einer sechsteiligen Doku-Soap: „Farino – Comeback der Sehnsucht“. Das Filmteam begleitete seinen ehrgeizigen Versuch, als Schlagersänger wieder Fuß zu fassen. Die Serie fand Anklang bei einer breiten Fangemeinde und zeigte die Leidenschaft und Hingabe, mit der Mike Farino seinen Traum verfolgt. Im selben Jahr erlebte er mit der Neuveröffentlichung seines Songs „Vaya Con Dios“ eine zweite Welle der Begeisterung. Gemeinsam mit Jeanette drehte er ein Musikvideo und konnte dank seines unverkennbaren Südseefeelings auch eine jüngere Generation für sich gewinnen.

2025 das Comeback-Comeback

Jetzt, sieben Jahre nach seinem letzten großen Medienauftritt, ist Mike Farino wieder da, obwohl er nie wirklich weg war! Als Hauptdarsteller der aktuellen LIWEST Imagekampagne **„Das Internet ist total LIWEST“** beweist er erneut seine Vielseitigkeit. Ob als Koch, Gamer oder Bar-Geselle mit flotten Sprüchen, seine Präsenz vor der Kamera und seine charmante, unerschütterliche Art machen ihn zur perfekten Besetzung. Doch nicht nur das: Es wird gemunkelt, dass er auch neue Musikprojekte plant. Ist dies der Beginn eines weiteren künstlerischen Kapitels? Seine Fans hoffen darauf! Oder, wer weiß, vielleicht ist es auch die Kinoleinwand?

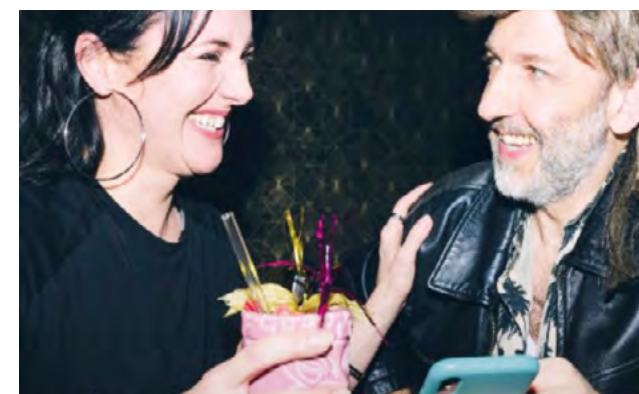
> **Mike Farino auf YouTube | Facebook | Instagram | TikTok**



TOTAL PERSÖNLICH

MIKE FARINO

Beruf: (Lebens-)Künstler
Alter: Forever young
Hobbies: Singen, Feiern, Leben
Eigenschaften: hilfsbereit, flexibel
Vorbilder: Matthias Reim, David Hasselhoff & Mahatma Gandhi
Lieblingssatz: „Gemeinsam sind wir zwei“
Lieblingstier: Partytiger





TOTAL INTERNET TOTAL LIWEST