

Ausgabe 04

DEZEMBER 2025

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

 **LIWEST**

Magazin

A close-up portrait of a middle-aged man with grey hair, a full grey beard, and brown-rimmed glasses. He is smiling slightly and looking towards the camera. He is wearing a dark, textured jacket over a dark turtleneck sweater.

**FILMEMACHER
FRIEDRICH MOSER**

Fake oder wahr?

+ G'scheit digital
Medienkompetenz für alle Generationen

+ E-Sport-Hype
Faszination für Millionen weltweit



TOTAL G'SCHEIT TOTAL LIWEST



TOTALINTERNET.AT

BY MIKE FARINO

Inhalt

Dezember 2025

Dokumentarfilmer

Friedrich Moser

Gelogen wurde immer – heute eben digital und superschnell. Warum fallen wir darauf herein? Was können wir dagegen tun?

4 – 9



Foto: Kurt Hörbst

Digitale Bildung erlebbar machen

Die LIWEST Initiative "G'scheit digital" unterstützt Menschen bei der Orientierung in der digitalen Welt.

10 – 11



E-Sport auf der Weltbühne

Das Phänomen E-Sport füllt große Stadien und begeistert Millionen Menschen weltweit.

16 – 17



Foto: Colin Young-Wolf / Fot. Games

- 11** G'scheite Stundenbilder für praxisnahen Unterricht
- 12** Lebendige Podcasts powered by LIWEST
- 14** Fernsehen neu entdecken
- 15** LIWEST kooperiert mit MediaMarkt Linz Industriezeile
- 18** Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft
- 19** Sparen und genießen in der Adventszeit
- 20** Top 10 Tech-Trends 2026
- 21** LIWEST Wintergewinnspiel
- 22** LIWEST Internet überall in Österreich
- 23** LIWEST zieht grüne Zwischenbilanz

IMPRESSUM: Magazin der LIWEST Kabelmedien GmbH 04/2025
F. d. I. v.: LIWEST Kabelmedien GmbH, Lindengasse 18, 4040 Linz
office@teamliwest.at, liwest.at
Redaktion LIWEST für LIWEST Magazin 04/2025: Philipp Grünberger,
Marion Orliczek, Michael Zelenka, Sabine Fellner, Theresa Mayr.
Texte & Grafik: naderer communication. Fotos: Kurt Hörbst,
istockfoto, LIWEST uva. Stand: Dezember 2025.
Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten.



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



Foto: Matthias Witzany

LIWEST Geschäftsführer
DI Dr. Stefan Gintenreiter, MBA

Medienbildung stärkt Zukunft

Die rasante Geschwindigkeit des technologischen Wandels fordert uns alle heraus. Als führender Partner für Telekommunikation in Oberösterreich stehen wir im Zentrum dieser Entwicklung. Wir verbinden Menschen, unterstützen sie mit unseren Dienstleistungen und begleiten den Fortschritt in Gesellschaft, Wissen und Lebensqualität.

Medienkompetenz stärken

Damit wächst auch unsere Verantwortung, digitale Räume sicherer zu machen. Ob individuelles Cybermobbing oder globale Desinformation: Die zunehmende Verbreitung von Fake News zeigt, wie wichtig verlässliche Quellen und digitale Medienbildung geworden sind. Mit unserer Initiative „G'scheit digital“ nehmen wir einen gesellschaftlichen Auftrag wahr und unterstützen Nutzer*innen aller Generationen dabei, sich souverän, informiert und reflektiert in der digitalen Welt zu bewegen.

Digitale Teilhabe erleichtern

LIWEST setzt auch im neuen Jahr auf zukunftsweisende Technologien, gibt den Menschen Orientierungshilfe und erleichtert digitale Teilhabe für alle. Ich danke unseren Kund*innen, Partner*innen und Mitarbeiter*innen für ihr Vertrauen und die gute Zusammenarbeit. Gemeinsam gestalten wir eine digitale Zukunft der Region, die verbindet, stärkt und inspiriert. Im Namen des gesamten Teams wünsche ich Ihnen frohe Feiertage und ein glückliches Jahr 2026!

Stefan Gintenreiter
LIWEST Geschäftsführer



Mag. Friedrich Moser, Jahrgang 1969, verbrachte seine Kindheit in Desselbrunn (Bezirk Vöcklabruck) und maturierte am Stiftsgymnasium Kremsmünster. Er studierte Geschichte und Germanistik in Salzburg (Abschlussarbeit in Zeitgeschichte zum Thema „Populismus bei Karl Lueger“) und absolvierte ein Auslandsjahr im spanischen Bilbao. Zum Film kam er durch Zufall: 1998 bewarb er sich für eine Stelle bei einem Südtiroler Privatsender, wo er dann sein journalistisches Handwerk erlernte. Im Jahr 2000 erwarb er die staatliche italienische Zulassung („Gioralista professionista“). Heute lebt und arbeitet er als Dokumentarfilm-Regisseur und Produzent in Wien. Seit 2001 hat er über 20 Dokumentationen gestaltet, vorwiegend zu internationalen Themen an der Schnittstelle von Technologie, Politik und Gesellschaft. Dazu gehören die Kinofilme „The Brussels Business“ über Lobbying in der EU, „A Good American“ über Geheimdienste und Überwachung sowie sein aktuelles Projekt „How to Build a Truth Engine“ über Desinformation und Wahrheitssuche. Die Filme laufen weltweit auf Festivals und im europäischen TV bzw. werden auf Netflix, Prime und Apple+ gestreamt. Friedrich Moser ist verheiratet und Vater von zwei Kindern.

Text: Christian Naderer
Fotos: Kurt Hörbst für LIWEST

FRIEDRICH MOSER

Fake oder wahr?

Warum werden wir Opfer von Fake News, Desinformation und Verschwörungstheorien? Was können Journalist*innen, aber auch Konsument*innen dagegen ausrichten?

Von der faszinierenden Suche nach Wahrheit erzählt der aus Oberösterreich stammende Dokumentarfilmer Friedrich Moser.

Fünf Jahre lang hat Friedrich Moser an seinem Kinofilm „How to Build a Truth Engine“ gearbeitet und weltweit recherchiert: über Fake News und Verschwörungserzählungen, aber auch über Grundlagen und Gegenstrategien. „Gelogen wurde immer“, sagt Moser. Dass wir darauf hereinfallen, liege an drei Faktoren. Den Anfang macht unser Gehirn. „Wir bekommen massenhaft Informationen und Inputs und haben ein Modell der Welt in unserem Kopf. Unser Gehirn überprüft laufend, ob das Modell stimmt“, schildert Friedrich Moser. „Wenn ich nur eingeschränkte digitale Infos für ein Modell habe und diese nur mit anderen digitalen Infos abgleiche, dann bekomme ich ein verzerrtes Modell der Wirklichkeit.“ Fehler im Gehirn passieren auch wegen der evolutionären Veranlagung, besonders alarmierende Meldungen schnell und ungeprüft zu übernehmen.

Glück und Verantwortung

Faktor zwei bildet das „Glückshormon“ Dopamin. Es wirkt als Botenstoff im Gehirn und steuert Motivation, Konzentration und Stimmung. Soziale Medien lösen durch Belohnungssysteme wie Likes und Benachrichtigungen eine Dopamin-Ausschüttung aus. Dieses kurzfristige Glücksgefühl verleitet dazu, immer weiter zu scrollen,



Mit seiner Kino-Dokumentation „How to Build a Truth Engine“ dringt Friedrich Moser tief in des Menschen Hirn und Wesen ein.

und kann zu einem süchtigen Verhalten führen. „Wir konsumieren heute ständig am obersten Trigger-Punkt. Ziel der Plattformen ist eine hohe Aufmerksamkeit, um möglichst viel Werbung zu verkaufen.“ Werbeverkauf sei der wichtigste Treiber, so Moser – wichtiger als alles andere. Der dritte Faktor ist die mangelnde juristische Verantwortung. „Ein Zeitungsherausgeber haftet für Fehler, eine Plattform nicht“,



kritisiert Friedrich Moser. Doch die Reichweite einzelner Personen in den sozialen Medien übertrifft die Reichweite traditioneller Medien heute um ein Vielfaches. "Das Problem: Wenige dieser Inhalte sind faktengecheckt. Oft sind es Werbebotschaften."

Mythos und Verbreitung

„Den meisten Schaden richten Halbwahrheiten an“, erklärt Friedrich Moser. „Kleinere Kerne werden in einer Verschwörungserzählung lose miteinander verknüpft, um eine größere Erzählung zu konstruieren.“ Als Beispiel nennt er die vor wenigen Jahren verbreitete Behauptung: „Bill Gates will uns bei der Corona-Impfung einen Computer-Chip einsetzen.“ Die Erzählung hat drei Kerne: Bill Gates, Corona-Impfung und Computer-Chip. „Bill Gates hat mit Computern zu tun – stimmt. Bill Gates hat auch etwas mit dem Thema Impfung zu tun – stimmt, aber mit Polio-Impfung in Afrika. Mit Corona und Chips besteht kein Zusammenhang – das ist frei erfunden“, analysiert Moser und ergänzt. „Das Problem: Schnelle Wiederholungen von Lügen überlisten das Gehirn.“ Die Frequenz und Bestätigung erzeugen Social-Media-Kommentare nach dem Muster „Ein früherer Amtsarzt sagt das auch!“ oder „Das habe ich auf einer unabhängigen Internetseite gelesen!“ Mit der Zeit bauen Menschen ein derart starkes

■■ Wir brauchen viel mehr
Verständnis für die Funktion
unseres Gehirns. ■■

Friedrich Moser

Vertrauen zu Fake-News-Quellen auf, dass sie widersprechende Informationen für unwahr halten.

Krieg und Fakten

Richtig übel wird es aber, wenn Fake News bewusst zur Vertuschung eines Kriegsverbrechens eingesetzt werden. In „How to Build a Truth Engine“ zeigt Friedrich Moser ausführlich, wie schwierig dann die Suche nach der Wahrheit ist. Dafür hat er den ebenfalls aus Oberösterreich stammenden Investigativ-



Friedrich Moser hat sich bewusst für das Medium Kino entschieden, denn: "Ein solches Thema im Kino startet einen öffentlichen Diskurs."

Journalisten Christoph Köttl in New York besucht. Er arbeitet seit neun Jahren bei der renommierten Zeitung „New York Times“ in ihrer Visual Investigations-Abteilung. Gemeinsam mit seinen Kolleg*innen hat Christoph Köttl ein Massaker an der Zivilbevölkerung in Butscha rekonstruiert, einer ukrainischen Stadt in der Größe von Steyr. Butscha liegt nahe Kiew und wurde kurz nach Kriegsbeginn Ende Februar 2022 von russischen Streitkräften besetzt und einen Monat lang kontrolliert. Nach Abzug der Russen wurden 458 Leichen gefunden, von denen 419 signifikante Anzeichen von Kriegsverbrechen trugen. Die Bilder gingen um die Welt.

Desinformation und Urteil

Das offizielle Russland bestritt das Massaker und verbreitete auf vielen Kanälen unterschiedliche Darstellungen. Beispielsweise seien die Fotos vom Westen mit lebenden Schauspielern inszeniert worden, oder die Personen seien erst nach dem russischen Abzug von Ukrainern ermordet worden, oder es seien Leichen von einem anderen Kriegsschauplatz nach Butscha gebracht worden usw. Durch akribische Kleinarbeit, Auswertung von Satelliten-Aufnahmen, abgehörten Funksprüchen, Uniform-Abzeichen uvm., sowie Recherchen vor Ort konnte Köttls Team nachweisen, dass Einheiten der russischen Armee für das Massaker verantwortlich waren. Ein Jahr nach dem Massaker wurde ein russischer Soldat in seinem Heimatland zu fünfeinhalb Jahren

Haft auf Bewährung verurteilt. Er hatte einem unabhängigen Investigativ-Portal vom seinerzeitigen Mord an einem Zivilisten berichtet. Das russische Urteil erfolgte allerdings nicht aufgrund eines Kriegsverbrechens, sondern wegen „Verbreitung von Falschinformationen“ und „Schädigung des Ansehens der Armee“.

Software und Anwendung

„How to Build a Truth Engine“ folgt vier Strängen. Neben Erkenntnissen der Hirnforschung, dem globalen Informationskrieg und investigativem Journalismus beleuchtet der Film schließlich die Entwicklung neuer Software, die den Umgang mit riesigen Datenmengen und hohem Tempo erleichtert. „Der Journalismus wird immer hinten sein, weil die Arbeit so aufwändig ist“, zieht Friedrich Moser Bilanz. „Aber die technologischen Hilfsmittel werden immer besser und billiger. Die Ergebnisse werden als Beweismittel für internationale Strafprozesse verwendet, und das hat eine abschreckende Wirkung.“ Für die alltägliche Auseinandersetzung unserer Gesellschaft mit den Gefahren von Fake News & Co wünscht



■ Die Menschen müssen lernen, wie sie selbst Faktencheck betreiben und Tools am Handy anwenden. ■

Friedrich Moser

sich Moser eine gute Bildung und praktische Erfahrungen. „Die Menschen müssen lernen, wie sie selbst Faktencheck betreiben und Tools am Handy anwenden können. Wir brauchen viel mehr Verständnis für die Funktion unseres Gehirns und für die Welt der Content Creators und Influencers“, fordert Friedrich Moser. „Alle solchen Initiativen sind wichtig und wertvoll.“

Kino und Konversation

Im Sinne der Bewusstseinsbildung hat sich der Filmmacher für das Medium Kino entschieden. „Ein solches Thema im Kino oder bei einer Veranstaltung startet einen öffentlichen Diskurs. Menschen sitzen gemeinsam in einem Raum und reden darüber. Das machen sie am Tablet nicht.“ Dementsprechend wird „Truth Engine“ auch bei Tagungen, Konferenzen sowie im Bildungs- und Medienbereich stark nachgefragt. „Mein Film öffnet viele Fenster – oder wie die Amerikaner sagen: ‚This film is a conversation starter!‘“ Außerdem sind die Gestaltungsmöglichkeiten fürs Kino freier als bei einer TV-Doku, die in bestimmte Formate und Ressorts passen muss. Nicht zu unterschätzen sei noch der starke „Schauwert“ eines Kinofilms. „Bilder, Protagonisten, Texte, Sound Design, Musik – all das macht einen guten Film aus. Wir hatten allein um die einhundert Tonspuren!“ schwärmt Friedrich Moser. „Diese Qualität kommt nur zustande durch das Zusammenwirken von so vielen Leuten! Jede einzelne Person zählt – es ist eine große Teamarbeit.“

Clooney und Journalismus

Mosers Arbeit genießt nach Dokumentationen über Lobbying in der EU („The Brussels Business“) oder über ein Überwachungsprogramm der NSA („A Good American“) längst internationale Anerkennung. Für „How to Build a Truth Engine“ konnte er Hollywood-Superstar George Clooney als Executive Producer gewinnen. „Sein Vater war der Armin Wolf des mittleren Westens, George hat selbst Journalismus studiert und schon mehrere Recherche-Projekte finanziert“, berichtet Friedrich Moser. „Nach einem ersten Kontakt habe ich ihm einen redaktionellen Zusammenschritt geschickt – und er hat zugesagt.“ Übrigens: George Clooney hat keinen Social-Media-Account.

Handwerk und Bildung

Friedrich Moser hat selbst Geschichte auf Lehramt studiert. Journalismus und Filmen hat er hingegen wie ein Handwerk bei einem kleinen Südtiroler Privatsender erlernt. „Ich musste vom ersten Tag an alles machen. Nach der ersten Arbeitswoche und einer Stunde



Sprechtraining durfte ich die Nachrichten präsentieren. Zwei Jahre lang konnte ich recherchieren, filmen, schneiden, einsprechen, moderieren und habe schließlich sogar die staatliche italienische Journalismus-Prüfung in Rom absolviert“, erinnert sich Moser und schmunzelt: „Damals habe ich fokussiertes Arbeiten trainiert und die Angst vor Deadlines verloren.“ Nach der Teilnahme am „Documentary Campus“ und einem Praktikum in New York erkannte er: „Ich kann auf internationalem Niveau mitspielen.“ Auf die Frage nach seiner Zukunft überlegt Friedrich Moser: „Ich kann ja nicht einmal sagen, was nächstes Jahr sein wird. Vielleicht bin ich in zehn Jahren bei einem Start-up, vielleicht bei einem Think-Tank. Sehr am Herzen liegt mir Weiterbildung.“ Seit kurzem arbeitet er mit anderen Fachleuten an Workshops für Jugendliche, die ihr Rüstzeug für den digitalen Raum verbessern wollen. „Was wird uns retten? Bildung!“

PERSÖNLICH

Friedrich Moser

ZEHN FRAGEN & ANTWORTEN

Wohin würden Sie morgen Früh verreisen?

Nach London.

Lieblingsmenü im Lieblingslokal?

Die „Salami Napoli“ bei Bros.Pizza in Wien.

Feueralarm: Was retten Sie?

Meine Familie.

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Grundsätzlich alle, weil jeder welche macht.

Welches Talent würde man Ihnen nicht zutrauen?

Gedichte schreiben.

Welche Internetseite besuchen Sie nicht für Ihren Beruf?

Wikipedia, aber dafür dauernd.

Wann waren Sie am glücklichsten?

Bei meinem Erasmus-Jahr in Spanien 1993–94 ...

das beste Jahr meines Lebens.

Welche Erfindung bewundern Sie am meisten?

Das Internet.

Mit wem möchten Sie an der Hotelbar etwas trinken?

Mit Mustafa Suleyman, dem Gründer des KI-Unternehmens DeepMind.

Und worüber reden?

Über Dokumentarfilm. Und die Zukunft.

ZEHN SÄTZE ERGÄNZEN

In meinem Kühlschrank findet sich immer

... ein Craft Beer.

Thema des letzten Tischgesprächs war

... der Tod meines Vaters.

Ich wäre gern für einen Tag **... eine Frau.**

Meine größte Schwäche ist

... dass ich oft zu gutmütig bin.

An meinen Freunden schätze ich am meisten

... die Zuverlässigkeit..

Meine Lieblingsbeschäftigung ist **... lesen.**

Mein wichtigster Lehrmeister

... war Univ.-Prof. Ernst Hanisch, einer der renommiertesten Zeithistoriker Österreichs.

Meine Lieblingssendung im Fernsehen ist

... hmm, ich schaue kaum fern, streame nur mehr.

Aber ich liebe Komödien.

Am meisten verabscheue ich **... Falschheit.**

Ich bin erfolgreich, weil **... ich auch die letzten Meter noch zurücklege, bis etwas passt.**


G'scheit
digital

MEDIENKOMPETENZ (I)

LIWEST Initiative macht digitale Bildung erlebbar

Menschen in Oberösterreich sollen sich sicher, kritisch und souverän in der digitalen Welt bewegen.

Mit diesem Ziel hat LIWEST die Initiative „G'scheit digital“ gestartet und renommierte Partner dafür gewonnen. Seit dem Herbst laufen die ersten Maßnahmen.

Als fachlicher Partner aus dem Bereich „Digitale Bildung“ begleitet das Forum MedienBildung (FoMB) die Initiative und bringt seine Expertise ein. „Medien verstehen. Zukunft gestalten – das ist unser Leitgedanke“, erklärt Johannes Knierzinger, Geschäftsführer des FoMB und Lehrer für Digitale Grundbildung. „Unsere Vision ist es, Bildung und Medienkompetenz als untrennbare Bestandteile einer zukunftsweisenden Schulausbildung zu etablieren und Schüler*innen dazu zu befähigen, ihre Potenziale in einer digitalen Welt voll auszuschöpfen. Die Kooperation mit LIWEST eröffnet uns neue Möglichkeiten, Medienbildung auch direkt in die Lebenswelt der Menschen in Oberösterreich zu bringen.“

Praxisnahes Wissen vermitteln

Neben dem Forum MedienBildung sind weitere Partner – vor allem regionale Medienhäuser wie Tips, OÖN, Kronen Zeitung sowie Life Radio und der OÖ. Presseclub Teil der Initiative. Schwerpunkt des ersten Programmjahres ist das Thema IT-Security – von Phishing und Fake News bis zum sicheren Umgang mit Passwörtern. „G'scheit digital“ setzt dabei auf praxisnahe Formate und vermittelt Wissen dort, wo Menschen digital aktiv sind, zum Beispiel mit Digital Balance Karten für eine selbstbestimmte Handynutzung oder mit Stundenbildern für Lehrende.

Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen

„Medienkompetenz ist für uns mehr als ein Trend – es ist ein gesellschaftlicher Auftrag“, betont LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenreiter. „Wir sorgen nicht nur für Verbindung, sondern auch für Orientierung in einer zunehmend digitalen und komplexen Welt. Wir schließen Wissenslücken, schaffen Zugänge und entwickeln Programme in der Region, um digitale Bildung für alle Generationen erlebbar zu machen. Damit



MEDIEN KOMPETENZ QUIZ

Je länger ein Passwort, desto sicherer? Medienkompetenz ist nur für Kinder wichtig? Man kann süchtig nach Likes werden? Wer nachts zockt, sieht morgens besser? Wer sein Wissen rund um digitale Bildung prüfen will, stellt sich kniffligen bzw. lustigen Quiz-Fragen unter liwest.at/gscheit-digital/quiz



übernehmen wir Verantwortung über das Produkt hinaus und leisten einen Beitrag für eine starke, reflektierte digitale Gesellschaft in Oberösterreich."

Digitalbildung erlebbar machen

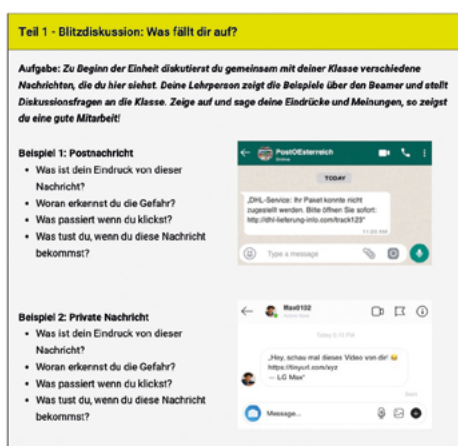
Im ersten Jahr ist „G'scheit digital“ bei zahlreichen Veranstaltungen in Oberösterreich präsent. Den Auftakt machten die „Krone“-Gesund-Tage in der PlusCity und Aktions-tage für Schüler*innen mit Medien im OÖ. Presseclub. LIWEST bringt digitale Bildung dorthin, wo Menschen zusammenkommen, etwa bei der Tips Game.On Spielmesse in den Promenaden Galerien, bei Gaming-Events im „last by schachermayer“ und an der JKU Linz sowie dem Sponsoring der Life Radio Podcast Akademie (siehe nächste Seite).

Mehr Infos unter gscheit-digital.at



(v.l.) Andreas Lovric (LIWEST nextLAB), Stefan Gintenreiter (LIWEST Geschäftsführer), Marion Orliczek (LIWEST Marketingleitung), Johannes Knierzinger (Forum Medienbildung Geschäftsführer und Lehrer für Digitale Grundbildung), Michael Hinterwirth (LIWEST Leitung Organisation & Personalmanagement)

G'scheite Stundenbilder für praxisnahen Unterricht



Vier Stundenbilder unterstützen Lehrende im Unterricht und bieten neue, praxisnahe Wege zur Vermittlung von Medienkompetenz. Alle Materialien sind didaktisch aufbereitet, sofort einsatzbereit und entsprechen den Vorgaben des Lehrplans für Digitale Grundbildung.

● **G'scheit gesperrt** (5.+6. Schulstufe): Jugendliche erwerben wichtige Kompetenzen im Bereich Cybersecurity und lernen, wie sichere Passwörter erstellt und verwaltet werden können.

● **G'scheit gezockt** (6.+7. Schulstufe): Die Einheit vermittelt einen selbstreflektierten Umgang mit Gaming und den Gefahren wie Sucht, In-Game-Käufe, Lootboxen und andere Kostenfallen.

● **G'scheit geknipst** (6.+7. Schulstufe): Die Jugendlichen befassen sich mit Bild- und Persönlichkeitsrechten sowie sozialer Verantwortung und Social Media. Weiters wird ein Podcast zum richtigen Verhalten im Bezug auf Bilder und Videos im Internet produziert.

● **G'scheit geprüft** (6.+7. Schulstufe): Jugendliche lernen, Links auf ihre Sicherheit zu überprüfen und sich vor Betrug und Phishing zu schützen. Darüber hinaus wird eine Checkliste „Sicheres Verhalten für die Schule“ erarbeitet.

Kostenloser Download der Stundenbilder unter medienbildung.at/stundenbilder





Beim LEO Podcast Folge #17 "Digitale Durchblicker": Andreas Lovric und Steffi Sperr mit ihrem Gast Johannes Knierzinger (v.l.)

MEDIENKOMPETENZ (II)

Lebendige Podcasts powered by LIWEST



Podcasts beeinflussen das Weltbild von Jugendlichen. Sie nutzen das Medium im Schnitt 16 Minuten pro Tag – Tendenz steigend.

Bei der Life Radio Podcast Akademie powered by LIWEST erhalten Jugendliche praktische Einblicke in das Medienhandwerk.

Die LIWEST Initiative „G'scheit digital“ setzt auf Bildung, Erlebnis und Kooperation (siehe vorige Seite). Ein wichtiger Partner ist das Forum Medienbildung (FoMB) mit Geschäftsführer Johannes Knierzinger. Er war selbst 15 Jahre lang in der Medienbranche tätig, bevor er Lehrer geworden ist. Die Partnerschaft erklärt er ganz einfach: „LIWEST sorgt für die schnelle Internetverbindung und das Forum MedienBildung für eine kluge Nutzung.“



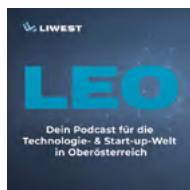
Life Radio Podcast Akademie

Plastischer formuliert er es in einem Video für Jugendliche, die an der Life Radio Podcast Akademie teilnehmen: „LIWEST bietet die Autobahn und das Forum MedienBildung den Führerschein für die digitale Welt.“ Bei einem dreistündigen Workshop in den Life Radio Studios erlernen

Schulklassen bzw. Jugendgruppen das Handwerkszeug für Podcast- und Radio-Produktionen. Das Projekt vermittelt wertvolle Medienkompetenz und wird von der Bildungsdirektion Oberösterreich als schulbezogene Veranstaltung anerkannt. „Für die Jugendlichen

geht es ums Zuhören, Fragen und Ausprobieren – und darum, ihre Stimme hörbar zu machen“, sagt Johannes Knierzinger. „Medienkompetenz ist heute genauso wichtig wie Rechnen, Schreiben und Lesen. ‚G'scheit digital‘ bedeutet, Technologien zu nutzen, ohne von ihnen genutzt zu werden.“ Die Jugendlichen bestimmen selbst, welche Themen sie bearbeiten wollen, zum Beispiel „Reiseziele“, „Traumberuf“ oder „Erste Liebe“, aber auch „Cybermobbing“, „Social Media Einfluss“ oder „Islam zur Weihnachtszeit“. Zum Schulschluss werden die drei besten „Podcasts des Jahres“ gekürt.

Alle Podcasts werden auf der Website von Life Radio sowie auf Plattformen wie Spotify und Apple Podcasts veröffentlicht.



LEO Podcast

Beim Sender Life Radio sorgt Moderatorin Steffi Sperr schon früh am Morgen für beste Laune unter den

Hörer*innen. Aus der Morgenshow „Perfekt geweckt“ sind eigene Podcasts entstanden: „Frühstück für Morgenmuffel mit Andy und Sperr“, „Wahrheit oder Pflicht“ und „Die Frage der Moral“. Steffi Sperr verbreitet aber nicht nur gute Stimmung, sondern beschäftigt sich auch mit trendigen Themen. Gemeinsam mit Andreas Lovric vom LIWEST nextLAB und Stefan Hackl vom LIWEST Marketing moderiert sie den LEO-Podcast von LIWEST. „LEO“ steht für „Lebendige Einblicke in Österreichs Technologiewelt“. Immer am letzten Freitag des Monats kommt eine neue Folge mit Themen wie „KI macht keinen Urlaub“, „Die Universität der Zukunft“ oder „Wie Maschinen das Riechen lernen“. Mit anspruchsvollen Inhalten in lockerem Plauderton leistet LEO einen weiteren Beitrag zur Medienkompetenz.

Alle 25 Folgen von LEO gibt es auf Spotify und Apple Podcast zum Anhören.



#wirsindliwest

Während LEO aus der Technologie- und Start-up-Welt berichtet, bietet ein anderer Podcast spannende

Einblicke hinter die Kulissen des Unternehmens LIWEST. Bei #wirsindliwest tauscht sich Maria Gratzl, Head of People & Culture bei LIWEST, mit inspirierenden Gästen aus – darunter Mitarbeitende und externe Expert*innen. Sie erkunden Themen wie Führung, Unternehmenskultur, digitale Transformation, und werfen einen Blick darauf, wie LIWEST tickt und welche Herausforderungen das Team antreiben.

Jeden zweiten Freitag im Monat erscheint eine neue Folge, zu hören auf Spotify und Apple Podcast.



Eiszeit

Für alle Eishockey-Fans lohnt sich schließlich ein weiterer Podcast, der Life Radio und LIWEST verbindet: „Eiszeit! Der Black Wings Podcast von Life Radio powered by LIWEST“.

Hallensprecher Adrian Lukas und die beiden Ex-Eishockeyprofis Philipp Wieltsch und Michi Mair verfolgen den schnellsten Sport der Welt. Sie porträtieren neue Spieler, amüsieren sich über Halloween-Verkleidungen oder verraten Trainingsgeheimnisse aus ihrer aktiven Laufbahn.

Zu hören sind die Podcast-Buddies auf liferadio.at/podcast und gängigen Plattformen.

Podcasts im Trend

Die Reichweite des Mediums Podcast ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Die gelegentliche Nutzung hat sich bei Frauen seit 2020 auf 56 Prozent verdoppelt. Etwas langsamer wächst die Zahl bei den Männern und liegt heuer bei 51 Prozent. 13 Prozent der Frauen hören regelmäßig Podcasts (Männer 11 Prozent). Große Lust auf das „neue Hören“ haben vor allem die Jungen. Unter den 18- bis 29-Jährigen erreichen Podcasts 81 Prozent der Frauen, deutlich mehr als die 68 Prozent der Männer. Ein Viertel davon konsumiert täglich oder fast täglich.

Immer länger

Die Verweildauer quer durch alle Zielgruppen hat sich in den letzten fünf Jahren verdreifacht. Die Jüngeren lauschen durchschnittlich 16 Minuten täglich, doppelt so lang wie die Älteren. Video-Podcasts legen zu: 39 Prozent nutzen zumindest gelegentlich Plattformen wie YouTube zum Podcast-Konsum. Bei der Wahl zwischen Audio und Video würden aber zwei Drittel der Nutzer*innen weiterhin den reinen Ton bevorzugen.

Immer wichtiger

Auch die Relevanz des Mediums hat zugenommen. Zwei Drittel aller Hörer*innen konsumieren Podcasts zur Unterhaltung. Aber bereits 42 Prozent bezeichnen Podcasts als eine ihrer hauptsächlichen Informationsquellen über das Zeitgeschehen. Vor fünf Jahren hatten noch Comedy-Formate, Promi-Interviews oder Einschlafgeschichten die Nase vorn. Heuer hat der Podcast „Thema des Tages“ (derstandard.at) regelmäßig Spitzenwerte von rund einer halben Million Downloads pro Monat erzielt. Der Comedy-Podcast „Hawi D'Ehre“ kam im monatlichen Schnitt auf etwa 300.000 Downloads.

(Quellen: Podcast Report 2025 SevenOne Audio / Online-Audio-Monitor Austria 2025 – RTR / Österr. Auflagenkontrolle)



TV DER ZUKUNFT

Fernsehen neu entdecken

Das neue Jahr wird für LIWEST Kund*innen ein hochwertiges neues TV-Erlebnis bringen.

Dafür hat sich LIWEST den internationalen Technologie-Dienstleister AgileTV als Partner geholt. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren.

Im neuen Jahr wird LIWEST ein neues Kapitel der TV-Geschichte aufschlagen. Nach analogem Fernsehen, Digital-TV und der Verschmelzung von TV und Internet erwartet die LIWEST Kund*innen 2026 ein neues TV-Erlebnis. Das neue Produkt wird den Namen **next** tragen, als Abkürzung für **now explore television**. Der Name geht aus dem bisherigen Next TV von LIWEST hervor, das Produkt next wird aber viel mehr als reines Fernsehen bieten – besser, nicht teurer. Für bestehende LIWEST Kund*innen wird lediglich ein Hardwaretausch (next TV-Box) bzw. ein Softwareupgrade (next Apps) erforderlich.

Maßgeschneidert und zukunftsweisend

LIWEST hat dazu eine Kooperation mit AgileTV geschlossen, einem führenden europäischen Anbieter für TV- und Videotechnologielösungen. Ziel der Partnerschaft ist die Entwicklung und Implementierung eines zukunftsweisenden TV-Services in Österreich, das Fernsehen, Internet und smarte Funktionen vernetzt. Für Kund*innen bedeutet das mehr Flexibilität, größere Auswahl und attraktive regionalisierte bzw. personalisierte Angebote. AgileTV stellt als Technologiepartner von LIWEST seine Plattform für „TV-as-a-Service“ (TVaaS) bereit. Somit muss LIWEST selbst keine aufwändige technische Infrastruktur neu aufbauen. TVaaS

bedeutet maßgeschneiderte Lösungen für Live-TV, zeitversetztes Fernsehen, Video-on-Demand-Inhalte sowie interaktive Funktionen. Was vor Ort für next erforderlich ist, wird im neuen, hochmodernen LINZ AG Rechenzentrum installiert.

Immer am Puls der Zeit

AgileTV wurde im Rahmen eines strukturierten Ausschreibungsverfahrens als Anbieter ausgewählt. Das spanische Technologieunternehmen entwickelt innovative, kostengünstige und skalierbare Lösungen für Rundfunkanstalten, Telekommunikationsanbieter sowie Multimedia-Content-Unternehmen. Mit mehr als 350 Mitarbeitern in 15 Ländern verfügt AgileTV über zwei Jahrzehnte Erfahrung, betreut 18 der Top 50-Telekommunikationsunternehmen der Welt und erreicht mit seinen Techno-

Das spanische Unternehmen AgileTV liefert die Technologie zum TV-Erlebnis der Zukunft in aktuell etwa 50 Millionen Haushalten weltweit.





Koldo Unanue, CEO von AgileTV, und Stefan Gintenreiter, LIWEST Geschäftsführer, freuen sich auf die gemeinsame Entwicklungsarbeit.

logien mehr als 50 Millionen Haushalte. Zur Firmenphilosophie gehört der Ansatz „Best-of-Breed“: Es geht nicht darum, eine eigene komplexe Software für alle möglichen Anwendungen einzusetzen, sondern für jede Aufgabenstellung die jeweils am besten passende Lösung am Markt auszuwählen. „Mit AgileTV begrüßen wir einen leistungsstarken und zukunftsorientierten Anbieter an unserer Seite“, freut sich LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenreiter. „Diese Partnerschaft ermöglicht es uns, unser TV-Angebot technologisch weiterzuentwickeln und unseren Kund*innen ein noch hochwertigeres und vielseitigeres Fernseherlebnis zu bieten.“ LIWEST Kund*innen werden rechtzeitig informiert und serviert.

Die nächste Ausgabe des LIWEST Magazins wird näher darüber berichten.

next Fernsehen
neu entdecken

DIGITALE KOMPLETTLÖSUNGEN

LIWEST kooperiert mit MediaMarkt Linz Industriezeile

Die MediaMarkt-Filiale Linz Industriezeile und LIWEST haben eine neue Kooperation gestartet. Kund*innen können sich zum Thema Highspeed-Internet, TV-Produkte und Mobil-Tarife von LIWEST direkt im Markt beraten lassen und vor Ort bestellen – nahtlos kombiniert mit passender Hardware aus dem MediaMarkt-Sortiment. Robert Böhm, LIWEST Key Account Manager, erklärt dazu: „Gemeinsam verbinden wir persönliche Beratung mit schneller Verfügbarkeit einer großen Auswahl an Hardware. Wir zeigen, wie einfach digitale Lebenswelten werden, wenn alles aus einer Hand kommt.“ Daniela Zwieb, Geschäftsführung MediaMarkt Linz Industriezeile GmbH, ergänzt: „Unsere Kund*innen wollen heute Komplettlösungen. Wer bei uns ein neues Gerät auswählt, kann sich gleichzeitig zur passenden Internet-, TV- und Mobil-Anbindung beraten lassen und direkt abschließen.“
Hinweis: Diese Kooperation gilt derzeit ausschließlich für den MediaMarkt Linz Industriezeile.



Daniela Zwieb (MediaMarkt) und Robert Böhm (LIWEST) setzen auf Komplettlösungen mit persönlicher Beratung.



Foto: Colin Young-Wolff via Riot Games

Gumayusi mit dem Siegerpokal der LoL Worlds

GAMING

E-Sport auf der Weltbühne

Wenn sich die Champions in League of Legends, Fortnite oder Dota2 miteinander messen, schauen weltweit Millionen Menschen zu.

Das Phänomen E-Sport spielt heute auf Augenhöhe mit anderen Sport- und Musik-Ereignissen. Was macht den Erfolg aus?

Natürlich werden die Fußball-WM 2026 in Nordamerika und der Eurovision Song Contest (ESC) in Wien die größten Veranstaltungen ihrer Sparten sein. Der ESC im kommenden Mai dürfte ähnlich wie heuer etwa 166 Millionen TV-Zuschauer*innen erreichen. Der Fußball-Weltverband FIFA hat sein Turnier für 2026 auf 48 Mannschaften erweitert und rechnet mit insgesamt etwa zwei Milliarden Zuschauer*innen. Der heimische Fußball gibt sich bescheidener: Das ÖFB-Cup-Finale 2025 sahen 20.500 Fans im Wörthersee-Stadion und im Schnitt 305.000 Menschen an den TV-Geräten (Quelle: sport.orf.at).

Gigantisches Finale in China

Doch abseits von traditionellen Sport- und Musik-Veranstaltungen erleben E-Sport-Events einen weltweiten Hype. Auch sie füllen heute Stadien und ziehen Millionen

Die größten E-Sport-Events

- **League of Legends World Championship:** „LoL Worlds“ ist das prestigeträchtigste und meistgesehene E-Sport-Event der Welt. Das heurige Finale am 9. November in China verfolgten etwa sieben Millionen gleichzeitige Zuschauer*innen.
- **Esports World Cup:** Das Turnier in Riad ist zwar noch relativ neu, Saudi-Arabien beeindruckt aber mit einem Gesamtpreisgeld von etwa 70 Millionen US-Dollar. Im heurigen Juli und August wurden 25 verschiedene Titel gespielt, neben LoL, Dota 2 oder Counter Strike auch Online-Schach.
- **The International:** Das Dota 2-Turnier zahlt Preisgelder von mehr als 40 Millionen US-Dollar. Diese werden größtenteils durch Crowdfunding der Community generiert.
- **Fortnite Global Championship:** Das Turnier fand zuletzt im September 2025 in Frankreich statt. 33 Trios aus aller Welt spielten um ein Preisgeld von zwei Millionen US-Dollar.
- **Valorant Champions Tour:** Übers Jahr finden erst zahlreiche Turniere in der ganzen Welt statt, die dann in einem Finale münden. Das heurige Finale am 5. Oktober in Paris sahen 1,5 Millionen gleichzeitige Zuschauer*innen.

von Zuschauer*innen in ihren Bann. Größtes Ansehen weltweit genießt die League of Legends World Championship, kurz „LoL Worlds“. Sie steht für höchstklassigen Wettkampf, beeindruckende Show und breites Echo in der Community. Das diesjährige Finale fand am 9. November in Chengdu statt, der chinesischen Partnerstadt von Linz. Die Eröffnungszeremonie mit Stars aus aller Welt muss keinen Vergleich mit dem ESC scheuen. Live auf der gigantischen Bühne war auch eine Österreicherin: Teya sang ihr Lied „Bite Marks“, den Titelsong zur aktuellen League of Legends-Saison. Das Lied schaffte bei der Vorstellung 57 Millionen YouTube-Aufrufe – an nur einem Tag! Teya (Teodora Spiric aus Wien) hat unser Land 2023 beim ESC vertreten und den heurigen ESC-Siegertitel von JJ (Johannes Pietsch) mitgeschrieben. Unzählige Fans in Österreich genossen die Show und das Finale der LoL Worlds nicht nur an heimischen Bildschirmen, sondern auch beim Public Viewing in prall gefüllten Kinosälen.

Starkes Wachstum im Breitensport

Das packende, fünfstündige Finale gewann das koreanische Team T1 und sicherte sich den dritten Weltmeistertitel in Folge. Im Interview nach dem Spiel sagte der umjubelte Spieler Lee "Gumayusi" Min-hyeong: „Ich habe endlich das Gefühl, bewiesen zu haben, wer ich bin – nicht anderen, sondern mir selbst.“ Im Vergleich zu Fußballern verdienen E-Sport-Profis wenig. Gumayusi gilt als weltbesten Spieler auf seiner Position. Er kommt auf etwa 600.000 US-Dollar an Preisgeldern aus Turnieren zuzüglich Spielergehalt im Team plus Sponsoreneinnahmen und bleibt in Summe wohl unter der Millionengrenze (Quelle: esports-earnings.com). Gaming sowie E-Sport als dessen kompetitiver Teil wachsen vor allem in der Breite, nicht zuletzt durch die zunehmende Verfügbarkeit von Hochgeschwindigkeits-Internet. Das weltweite Marktvolumen des E-Sports soll heuer erstmals die Grenze von zwei Milliarden US-Dollar übersteigen. Der Gaming-Umsatz insgesamt wird 2025 auf 189 Milliarden US-Dollar geschätzt. In Österreich beträgt das E-Sport-Volumen etwa 27 Millionen Euro. (Quelle: statista.de)



Die Wiener Sängerin Teya auf der riesigen Bühne in Chengdu, China

Digitale und analoge Vernetzung

Experten prognostizieren, dass die Branche bis 2030 weltweit auf fast 7,5 Milliarden US-Dollar anwachsen wird und damit die Entwicklung vieler traditioneller Branchen übertrifft. Mehrere Schlüsselfaktoren tragen zum rasanten Wachstum bei:

- **Einstieg ohne Hürden:** Wer einen leistungsfähigen Internetzugang hat, kann Spiele wie Fortnite, League of Legends und Valorant herunterladen und sofort loslegen.
- **Technologischer Fortschritt:** Schnellere Internetverbindungen, leistungsstärkere Hardware und neue Technologien wie VR (Virtual Reality) und AR (Augmented Reality) erweitern die Möglichkeiten.
- **Reale Karrierechancen:** Professioneller E-Sport ist kein unerreichbarer Traum mehr. Gamer, Coach, Analyst, Streamer und Content Creator können sich im E-Sport eine seriöse Karriere aufbauen.
- **Wirtschaftlicher Erfolg:** Immer mehr Online-Turniere und -Events bieten Spieler*innen und Organisationen die Möglichkeit zu Werbeeinnahmen. Zugleich investieren immer mehr traditionelle Sportteams auch in E-Sport, da sie dessen Potenzial erkannt haben.
- **Streaming-Plattformen:** Twitch, YouTube Gaming und Discord haben den Konsum von Gaming und E-Sport grundlegend verändert. Diese Plattformen übertragen nicht nur Matches, sondern schaffen interaktive Communities, in denen Fans chatten, Strategien lernen und sich weltweit vernetzen können.
- **Lokale Gaming-Communities:** Gaming-Zentren schaffen Treffpunkte in der analogen Welt, an denen sich Spieler*innen persönlich treffen, an High-End-Ausrüstung trainieren und an lokalen Turnieren teilnehmen. Diese Orte schließen die Lücke zwischen Online-Wettbewerb und dem Aufbau realer Gemeinschaften.

LIWEST loves Games made in Austria

Save the date: Das Event "LIWEST loves Games made in Austria" geht in die nächste Runde! Am **20. März 2026** werden im Linzer Gaming-Hub „last by schachermayer“ neue Videospiele aus Österreich vorgestellt, angespielt und diskutiert.

Mehr auf liwest.at/loves-games-made-in-austria



SCHWERPUNKTE

Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft

400.000 Menschen und Betriebe in und um Linz verlassen sich rund um die Uhr auf die Leistungen der LINZ AG.

Auf Basis dieser Versorgungssicherheit unterstützt der Konzern die Stadt Linz und 117 Umlandgemeinden auf ihren nachhaltigen Wegen.

Das Ziel der LINZ AG ist, ihre Leistungen sicher, zu fairen Preisen und so nachhaltig wie möglich anzubieten. Ein Ziel, das neben Schlüsseltechnologie und Kompetenz auch die Fähigkeit und den Willen zur Zusammenarbeit braucht. Mehr denn je setzt die LINZ AG daher auf Kooperation in den eigenen Reihen, in Projektpartnerschaften und im Austausch mit Fachexpert*innen. Eine Möglichkeit zum Austausch bieten Fachveranstaltungen, von denen in den letzten Wochen einige in Linz stattfanden.

Kreislaufwirtschaft hat enormes Potenzial

Beim re_use-Linz-Kongress am 25. November drehte sich alles um nachhaltige Bauwirtschaft. Die u.a. von der LINZ AG unterstützte Initiative bringt seit 2024 Expert*innen aus Bauwirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft zusammen. Für die LINZ AG, die selbst Bauprojekte umsetzt, ist die Veranstaltung ein wertvoller Impulsgeber. Gleichzeitig bot sie heuer die Gelegenheit, eine Produktentwicklung mit LINZ AG-Beteiligung vorzustellen. Gemeinsam mit Partnern aus Industrie, Forschung und kommunalen Dienstleistern ist es erstmals gelungen, Rückstände aus der thermischen Reststoffverwertung in der Bauwirtschaft einzusetzen. Ein wichtiger Schritt in Richtung Zero Waste!

Forschungsfeld Wasserstoff (H₂)

Geht es um zukunftsfähige, regionale Energieversorgung, ist Wasserstoff als Energieträger und Speichermedium interessant. Deshalb fördert die LINZ AG den H₂-Auf-



400.000 Menschen in Linz und 117 weiteren Gemeinden verlassen sich auf die vielfältigen Leistungen der LINZ AG.

und -Ausbau im Raum Linz mit Forschungs-Projekten. Ein spannendes Feld ist dabei die Entwicklung des eigenen Energieparks Asten zu einer Sektorkopplungs-Drehscheibe. Im Astner Projekt wird an einer effizienten Möglichkeit geforscht, Elektrolyse mit Sauerstoff- und Abwärmenutzung, Biogas und Fernwärme zu verbinden. Ein Ziel der LINZ AG ist auch das Öffnen der Wasserstoff-Welt für Schulen, Studierende und Interessierte. Daher liegt der Fokus auf der mehrtägigen H₂ Convention, die heuer Ende November stattfand und von der LINZ AG mitveranstaltet wurde, auf dem Public Day. Der Infotag fürs junge bzw. breite Publikum bot H₂ zum „Angreifen“. Einmal mehr war die Gästezahl an allen Tagen ebenso hoch wie das Interesse am gebotenen Programm.

DIN#LINZ AG-Nachhaltigkeitssymposium





Eine Quelle, aus der das Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit seit mehreren Jahren schöpft, ist das gleichnamige Symposium samt Austausch mit Top-Referent*innen. Im Oktober lud die LINZ AG zur fünften Ausgabe dieser Innovationsveranstaltung. Keynote Speaker war diesmal em. o. Univ.-Prof. Dr. Christoph Badelt, Präsident des Fiskalrats. Über 130 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik diskutierten Ansätze und Perspektiven für nachhaltiges Handeln unter den komplexen Bedingungen unserer Zeit. Im Zentrum des Diskurses stand dabei die spannende Frage, wie Nachhaltigkeit in einer von multiplen Krisen, Zielkonflikten und begrenzten Ressourcen geprägten Welt gelingen kann.

Sparen und genießen in der Adventzeit

Vom Bauernkrapfen zum halben Preis bis zum gratis Bio-Apfelsaft zu Bratwürstel – die LINZ AG Vorteilswelt macht die Adventzeit heuer noch schöner.

Genießen Sie festliche Stimmung und sparen Sie mit tollen Rabatten und Angeboten auf den Linzer Christkindlmärkten.

Die adventlichen Highlights im Dezember:

-  Christkindlmarkt am Linzer Hauptplatz
Krapfenhütte: Bauernkrapfen zum halben Preis zu Heißgetränk
Bärengrill: 2-mal Bratwürstel und Punsch um nur 14 Euro
-  Weihnachtsmarkt im Linzer Volksgarten
Krapfenhütte: 2+1 Heißgetränk gratis
-  Wintermarkt am Pfarrplatz
Biohof Rudlstorfer: Ein Bio-Apfelsaft gratis zu Bratwürstel
-  Advent am Dom
Domplatzl: Bratwürstel oder Bosna + 1 Getränk um 9,50 Euro

Überraschung an den vier Adventsonntagen

Neben den Rabatten und Gewinnspielen in der LINZ AG Vorteilswelt-App wartet jeden Adventsonntag auch ein Geschenk eines Vorteilspartners (solange der Vorrat reicht) auf Sie. Freuen Sie sich ab 14. Dezember zum Beispiel auf ein gratis Dinkel Kletzenbrot der Bäckerei Honeder. Ab 21. Dezember gibt es im Zuge der Adventaktion eine Überraschung bei Sonnentor. Es lohnt sich also regelmäßig in der App vorbeizuschauen. Um die Vorteile einzulösen, müssen Sie diese einfach in der LINZ AG Vorteilswelt-App öffnen und an der Kassa vorzeigen.

Mit der LINZ AG Vorteilswelt das ganze Jahr sparen

Jedes Jahr 20 oder sogar 30 Tage Gratisstrom bekommen? Das gibt es nur mit der LINZ AG Vorteilswelt. Für die Teilnahme brauchen Sie neben Ihrem LIWEST Produkt einen Stromliefervertrag der LINZ AG.

So einfach geht's: Registrieren Sie sich im Kundenportal PLUS24, aktivieren Sie die Vorteilswelt, um sich die Gratisstromtage zu sichern und holen Sie sich die App mit zahlreichen Rabatten und Gewinnspielen auf Ihr Smartphone. Alle Informationen finden Sie unter www.linzag.at/vorteilswelt



*Gilt solange die LINZ AG Vorteilswelt angeboten wird und bei ununterbrochener Erfüllung der notwendigen Teilnahmebedingungen durch den*die Kund*in.



Top 10 Tech-Trends 2026

Das neue Jahr bringt technologische Veränderungen in einer außergewöhnlichen Geschwindigkeit.

Folgende Trends in einer „KI-gesteuerten, hypervernetzten Welt“ prognostizieren die Analysten von Gartner, einem globalen IT-Marktforschungsunternehmen.

AI Super Computing Platforms

Einen Turbo für die KI bringen Plattformen mit spezialisierter Hardware und sogenannter „Orchestrierungssoftware“ für datenintensive Arbeiten in Bereichen wie Machine Learning, Simulation und Analytik. Als Beispiel für den Nutzen dieser Rechenleistung nennt Gartner Gesundheitswesen und Biotechnologie: Unternehmen könnten neue Medikamente in Wochen statt in Jahren entwickeln.

Multiagent Systems (MAS)

KI setzt zunehmend auf Spezialisierung und Zusammenarbeit. Multiagent Systems bündeln die Leistungen von KI-Agenten, um individuelle oder gemeinsame komplexe Ziele zu erreichen. Sie begleiten menschliche Teams und ermöglichen neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Mensch und KI.

Domain-Specific Language Models (DSLMS)

ChatGPT und andere Large Language Models (LLMs) stoßen bei Spezialaufgaben an ihre Grenzen. DSLMs werden auf spezialisierten Daten für eine bestimmte Branche, Funktion oder einen Prozess trainiert. Sie liefern eine höhere Genauigkeit und Zuverlässigkeit für gezielte Anforderungen.

AI-Native Development Platforms

Die KI verändert auch die Art und Weise, wie Software entwickelt wird. AI-Native Development Platforms unterstützen relativ kleine, aber effiziente Teams von Menschen. Bis 2030 werden laut Gartner etwa 80 Prozent der Organisationen ihre großen Software-Engineering-Units in kleinere, agilere, durch KI erweiterte Teams umwandeln.

Physical AI

KI treibt immer mehr Anlagen und Maschinen, Roboter und andere Geräte an. Entscheidend sind dabei nicht nur die antrainierten Daten, sondern auch die Verarbeitung von Sensor-, Video- oder Wetterdaten in Echtzeit. Erst dadurch können etwa autonome Fahrzeuge sicher funktionieren.

Digital Provenance

Angesichts wachsender Abhängigkeit von KI-generierten Inhalten und Software von Drittanbietern muss stärker auf Herkunft und Integrität von Software, Daten, Medien und Prozessen geachtet werden.

Geopatiation

Geopolitische Risiken führen auch zu geänderten Cloud-Strategien. Geopatiation bedeutet, dass Unternehmensdaten und Anwendungen von globalen Clouds hin zu regionalen Angeboten verlagert werden. Während heuer laut Gartner nur fünf Prozent der Unternehmen dazu bereit waren, sollen bis 2030 über 75 Prozent in Europa und Nahost diesen Schritt gehen.

Preemptive Cybersecurity

Mit dem Siegeszug der KI steigen auch Sicherheitsrisiken. Der Fokus werde sich von der reaktiven Verteidigung zum proaktiven Schutz verschieben. Gartner prognostiziert, dass präventive Lösungen bis 2030 die Hälfte der gesamten Sicherheitsausgaben ausmachen werden.

Confidential Computing

Um sensibles Material vor dem Zugriff durch Dritte zu schützen, setzen immer mehr Unternehmen auf Confidential Computing. Daten werden im Arbeitsspeicher verschlüsselt und in einer isolierten, hardwaregeschützten Umgebung, einer sogenannten Enklave, verarbeitet.

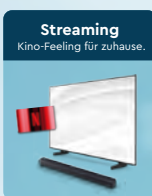
AI Security Platforms

Zu den Risiken der KI gehören Datenlecks, aber auch bösartige Agentenaktionen wie etwa „Prompt Injections“: Ein Angreifer versucht, der KI Anweisungen zu geben, um ihre eigenen Grundlagen zu manipulieren. AI Security Platforms sorgen für Transparenz und setzen Nutzungsrichtlinien durch. Bis 2028 werde laut Gartner jedes zweite Unternehmen solche Sicherheits-Plattformen nützen.

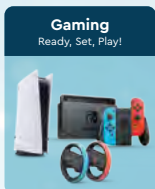
GEWINNSPIEL

LIWEST Wintergewinnspiel: 3 Welten. 1 Wahl. Dein Gewinn.

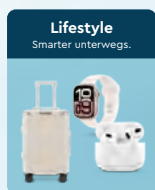
Gewinnen kann so einfach sein: Bei LIWEST gibt es heuer keinen Adventkalender mit schwierigen Rätseln, sondern das große Wintergewinnspiel. Wer teilnimmt, kann sich von vornherein einen von drei Hauptpreisen wünschen. Zur Auswahl stehen drei tolle Gewinnpakete:

**Streaming**
Kino-Feeling für zuhause.**Streaming – Kino-Feeling für zuhause**

- Samsung 50" 4K Smart TV U8070F
- Samsung Soundbar B450F
- Netflix-Gutschein für 1 Jahr

**Gaming**
Ready, Set, Play!**Gaming – Ready, Set, Play!**

- Nintendo Switch 2 Mario Kart Bundle + Joy-Con Lenkrad
- Sony PlayStation 5

**Lifestyle**
Smarter unterwegs.**Lifestyle – Smarter unterwegs**

- Kapton & Son Koffer
- Apple Watch 10
- Apple AirPods Pro 3

Gleich einsteigen, Formular ausfüllen und Gewinn-Paket anklicken! Wer seine Auswahl beim Gewinn-Paket ändert, kann das Formular einfach erneut absenden – die letzte Formular-Absendung zählt.

Teilnahmezeitraum: bis einschließlich 21.12.2025

Auslosung: Nach dem 21.12.2025 wird für jedes der drei Gewinn-Pakete ein*e Gewinner*in zufällig gezogen.



Formular und Teilnahmebedingungen
unter liwest.at/gewinnspiel



LIWEST MOBIL POWERNET

LIWEST Internet überall in Österreich

Wer im LIWEST Versorgungsgebiet wohnt, hat es gut: Die volle Auswahl der LIWEST Produkte steht zur Verfügung. Was aber, wenn jemand übersiedelt und dann außerhalb des Versorgungsgebietes wohnt? Oder auch im Wochenendhaus, am Zweitwohnsitz oder in den Ferien nicht auf das schnelle Internet von LIWEST verzichten möchte? Welche Option haben Interessierte, die zwar außerhalb des LIWEST Versorgungsgebietes daheim sind, aber trotzdem das schnelle Internet von LIWEST haben wollen? Für solche Fälle hat LIWEST jetzt eine einfache Lösung: LIWEST Mobil PowerNet.

Internet-Power für zuhause

LIWEST Mobil PowerNet bedeutet maximale Freiheit. Der Internet-Empfang ist nicht an ein Kabel gebunden, sondern funktioniert über einen sogenannten „Cube“, technisch korrekt ein „5G-Modem“. Das kleine Gerät empfängt Internet via Funksignal und stellt es per Kabel oder WLAN für PC und Fernseher, Tablet und Smartphone in der Wohnung bereit. Zum Einsatz kommt hocheffiziente 5G-Technologie, die hohe Übertragungsgeschwindigkeit und Durchsatzraten bei niedrigem Stromverbrauch schafft. Das 5G-Modem verfügt über zwei Gigabit-LAN-Anschlüsse und die neueste

WLAN-Technologie (Wi-Fi 6) für ein zuverlässiges, stabiles und schnelles Netzwerk.

LIWEST Mobil PowerNet

- Download: max. 100 Mbit/s
- Upload: max. 25 Mbit/s
- Datenvolumen: unbegrenzt
- Bindung: keine, monatlich kündbar
- Servicepauschale: keine, auch keine anderen versteckten Kosten
- Monatstarif: € 33,00*
- Einmalkosten für 5G-Modem: € 199,00**

**Mehr Infos unter liwest.at/powernet
Bestellung unter shop.liwest-mobil.at**



€ 199,00
EINMALIG**



**€ 33,00*
PRO MONAT**

**Nutzbar in ganz
Österreich –
monatlich kündbar!**

* LIWEST Mobil PowerNet ist ein Produkt der LTK Telekom und Service GmbH

** Beim Kauf des ZTE-Modems kommt zwischen dem*der Kund*in und LIWEST Kabelmedien GmbH ein rechtsverbindliches Geschäft zustande. LTK ist keine Vertragspartei für das ZTE-Modem.



Norbert Rainer (Klimabündnis Österreich) bedankte sich für fünf Jahre Partnerschaft bei Sabine Fellner (LIWEST Nachhaltigkeitskommunikation) und Stefan Gintenreiter (LIWEST Geschäftsführer).

Foto: Kneidinger-Photography

KLIMABÜNDNIS

LIWEST zieht grüne Zwischenbilanz

Vor genau fünf Jahren hat sich LIWEST dem Klimabündnis angeschlossen. Seither hat das Unternehmen zahlreiche Maßnahmen gesetzt, um nachhaltiger zu wirtschaften. Im Zentrum steht die Energieeffizienz: Der gesamte Hauptstandort in der Lindengasse in Linz-Urfahr sowie der Betrieb aller LIWEST 5G-Masten laufen mit 100 Prozent Ökostrom der LINZ AG. Zusätzlich wurden Photovoltaik-Anlagen mit einer Gesamtleistung von 33 kWp installiert.

Nachhaltige Mobilität für das Team

Klare Zeichen setzt LIWEST auch beim Thema Mobilität: Durch Homeoffice-Möglichkeiten und das kostenlose Klimaticket OÖ für alle Mitarbeiter*innen konnte der CO₂-Ausstoß allein bei den Arbeitswegen schon um 24 Prozent gegenüber 2019 reduziert werden. Eine aktuelle Mobilitätsanalyse in Kooperation mit dem Linzer Start-up triply zeigt weitere Potenziale auf. Daraus folgen neue Maßnahmen:

- Förderung von Fahrgemeinschaften durch ein internes Goodie-Programm
- Kostenloser Fahrrad-Check-Tag für alle Teammitglieder im Frühjahr 2026
- Erweiterung der Firmenflotte um drei E-Bikes für Kurzstrecken

Green Team treibt Initiativen voran

Ein besonders wichtiger Erfolgsfaktor ist das LIWEST Green Team – eine en-

gagierte Gruppe von Freiwilligen aus der Belegschaft. Sie setzen regelmäßig neue Impulse, etwa durch:

- Erhöhung des Bio- und Fairtrade-Anteils bei Beschaffung und Verpflegung
- Sensibilisierungsmaßnahmen für umweltfreundliches Verhalten im Alltag
- Produktion von Drucksorten bevorzugt mit dem österreichischen Umweltzeichen
- Beachtung von CO₂-Bilanz, Recyclebarkeit und Transportwegen bei Werbemitteln

Mehr unter [liwest.at/verantwortung](https://www.liwest.at/verantwortung)



Foto: Stadt Linz

LIWEST unterstützt Aktion „LINA“

LIWEST beteiligt sich an der Linzer Initiative „Mach mit bei LINA – Werbebeleuchtung aus ab 22 Uhr“. Das Maskottchen **LINA** (**L**inzer **N**achtschützerin), eine kluge Fledermaus, will mehr Bewusstsein für das Thema Lichtverschmutzung schaffen. Seit kurzem wird die Außenbeleuchtung der LIWEST Firmenzentrale ab 22 Uhr abgeschaltet. „Damit leisten wir einen Beitrag zur Wiederherstellung natürlicher Lebensbedingungen, setzen Licht gezielt dort ein, wo es gebraucht wird, und sparen gleichzeitig Energie. LIWEST unterstützt diese Initiative, weil nachhaltiges Handeln heute entscheidend für die Lebensqualität von morgen ist“, erläutert LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenreiter.



LIWEST
mobil

Die Freiheit, die du brauchst.

Dein Handytarif
LIWEST Mobil GO 5G
150 Mbit/s, 100.000 MB,
1.000 MIN, 100 SMS

Jetzt mit **100.000 MB**
Daten im **5G Netz**



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

*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.

Keine versteckten Kosten! Keine Vertragsbindung!
Keine Aktivierungsgebühr! Keine jährliche VPI-Anpassung!