

Ausgabe 01

März 2025

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

 **LIWEST**

Magazin

**XXXLUTZ-
SPRECHER
THOMAS
SALIGER**

Zeitenwandel im Möbelhandel

+ Neuer Shop
von LIWEST in Wels

+ Kampf gegen Cybercrime
mit besserer Ausbildung für Jugendliche

Beste TV-Unterhaltung für die ganze Familie.

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



Jetzt Sky sichern:

LIWEST Shop sky.at/liwest 0800 94 24 24



Inhalt

März 2025

Unternehmenssprecher

Thomas Saliger

Wie stellt sich XXXLutz, die Nummer 2 der Möbelwelt, den Herausforderungen des Digitalzeitalters?

4 – 9



Foto: Kurt Hörbst

Neuer LIWEST Shop im MAX.CENTER Wels

Wie kommen Kund*innen im Raum Wels zu innovativen Produkten und persönlicher Beratung?

10 – 11



Visualisierung: Christoph Faschin

Cybercrime: Angriff und Verteidigung

Wie können schon Jugendliche lernen, sich gegen Internet-Kriminalität zu wehren?

20 – 21



Foto: iStockphoto

12 LIWEST lädt ein: Entwickler treffen und Spiele zocken!

14 Gesund und schön dank KI

16 Besser sitzen und schlafen dank visionärer Möbel

18 E-Mobilität: Projekte der LINZ AG voll im Zeitplan

19 Frühlingserwachen mit der LINZ AG Vorteilswelt

22 LIWEST verstärkt Engagement für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

23 LIWEST verlängert Sponsoring bei Black Wings Linz



Foto: Matthias Witzany

LIWEST Geschäftsführer
DI Dr. Stefan Gintenreiter, MBA

Wels pulsiert

Wels gilt als eine Stadt der Begegnung. Hier treffen sich Menschen bei Messen, Events oder beim Shopping. In Wels hat auch die XXXLutz-Unternehmensgruppe mit über 27.100 Mitarbeiter*innen ihren Sitz. Das sind ungefähr fünfmal so viele, wie im Linzer Blau-Weiß-Stadion Platz finden, das auf dem Dach des dortigen XXXLutz-Lagers errichtet wurde. Unternehmenssprecher Thomas Saliger erzählt uns auf den folgenden Seiten, warum das Herz des Möbelriesen nach wie vor in Wels schlägt und wie sich ein Möbelhaus in der digitalen Welt einrichtet.

Das „WE“ in LIWEST

Für LIWEST ist Wels neben Linz und Steyr eine der drei namensgebenden Gründungsstädte. Daher freuen wir uns besonders über den neuen LIWEST Shop im MAX.CENTER Wels. Ein erfahrenes Team sorgt für kompetente Beratung zu unseren innovativen Produkten. Die Neueröffnung am 28. und 29. März unterstreicht unser Engagement, Nähe und Service für unsere Kund*innen weiter auszubauen. Wir wissen: Gerade angesichts der Transformationen im Digitalzeitalter schätzen viele Menschen den persönlichen Kontakt.

Neben dem neuen Shop in Wels laden LIWEST Shops auch in Linz, Steyr und Pasching zum Besuch ein. Überzeugen Sie sich selbst!

Stefan Gintenreiter
LIWEST Geschäftsführer

IMPRESSUM: Magazin der LIWEST Kabelmedien GmbH 01/2025
F. d. I. v.: LIWEST Kabelmedien GmbH, Lindengasse 18, 4040 Linz
office@teamliwest.at, liwest.at
Redaktion LIWEST für LIWEST Magazin 01/2025: Philipp Grünberger, Marion Orliczek, Sabine Fellner, Michael Zelenka.
Texte & Grafik: naderer communication. Fotos: Kurt Hörbst, iStockphoto, LIWEST uva. Stand: März 2025.
Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten.



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



Mag. Thomas Saliger, Jahrgang 1968, aus Plainfeld bei Salzburg ist sowohl gelernter Tischler als auch studierter Jurist. 1995 begann er seine Karriere als Verkäufer beim damaligen Möbel Lutz. Es folgten Aufgaben als Filialleiter in Mattighofen sowie in Ried, dann als Werbeleiter in der Welser Zentrale. 2001 wurde er in die Geschäftsleitung berufen und fungiert seit 2005 als Unternehmenssprecher der XXXLutz-Gruppe, zu der auch Möbelix, mömax und zahlreiche weitere Marken gehören. Thomas Saliger ist Vater einer Tochter und lebt in der Nähe von Wels.

Text: Christian Naderer
Fotos: Kurt Hörbst für LIWEST

THOMAS SALIGER

Zeitenwandel im Möbelhandel

Die XXXLutz-Unternehmensgruppe aus Wels betreibt 370 Einrichtungshäuser in 14 Ländern. Ein kleines Möbelgeschäft ist in achtzig Jahren zur weltweiten Nummer zwei herangewachsen.

Von Herausforderungen der Digitalwelt, aber auch von Neugier, Mut und Charakter erzählt Unternehmenssprecher Thomas Saliger.

Dezent es Flair der Siebzigerjahre in einem schmalen langen Gang, an dessen Ende ein kleiner Wartebereich mit zwei Sitzbänken, rundum schlichte Büros, darunter die Marketingleitung: Wer eine imposante Inszenierung am Weg zum Sprecher der XXXLutz-Gruppe erwartet hätte, der staunt. Thomas Saliger und sein Team arbeiten in den ältesten Räumlichkeiten des Firmensitzes. Der Bürotrakt an der Welser Römerstraße stammt noch von der Möbelfabrik Bajc, die 1975 in den Besitz von Möbel Lutz überging. Die Fabrik wurde damals zur dritten Lutz-Filiale und bald zur Zentrale. Sparsamkeit gehörte seit Anbeginn zu den Geschäftsprinzipien. Von der Gründerin Gertrude Seifert, geborene Lutz, ist überliefert, dass der Heizkörper in ihrem Arbeitszimmer nur selten voll aufgedreht war.



Qualität der Ausbildung

Hier begeht Thomas Saliger heuer sein dreißigjähriges Dienstjubiläum. Am 2. Mai 1995 begann er als Verkäufer beim damaligen Möbel Lutz („kein Verdrutz“). Den Einstieg erleichterte ihm seine duale Ausbildung im Werkschulheim Felbertal. Das Privatgymnasium im idyllischen Hinterebenu bei Salzburg bietet die Kombination aus Lehre und Matura unter einem

**Dreißig Jahre
im Möbelhaus:
vom Verkäufer
zum Sprecher
eines weltweit
erfolgreichen
Unternehmens.**

Dach. Thomas Saliger wählte eine Lehre als Tischler, anschließend das Jusstudium in Salzburg. „Während der Sommerferien bin ich immer auf Montage gefahren und habe Kindergärten eingerichtet. Da lernt man schätzen, wie viel tagtäglich zu schleppen ist.“ Beim Lutz stieg er rasch zum Filialleiter auf und übernahm nach zweieinhalb Jahren die Werbeleitung in der Welser Zentrale.



Mut zur Emotion

Marke und Familie: So lautete sein Erfolgsrezept. Ab 1998 setzte Thomas Saliger den Namen „XXXLutz“ und die Werbefamilie Putz durch. „Das Briefing war: Am schönsten müsste es doch sein, im Möbelhaus zu wohnen und jeden Tag andere Möbel aussuchen zu können“, erzählt er von den Anfängen. Daraus entstand die Idee, dass beim XXXLutz eine Familie einzieht. Mit Erfolg: Familie Putz schrieb österreichische Werbegeschichte. Thomas Saliger wurde Mitglied der Geschäftsführung und vor zwanzig Jahren Unternehmenssprecher. „Die größte Kunst ist es, eine Marke stringent zu führen und zwischen den Medien durch zu deklinieren. Die Familie ist immer die gleiche, Musik die gleiche – es ist eigentlich ganz einfach“, erklärt der inzwischen vielfach ausgezeichnete Marketing-Profi und zitiert: „Alles, was keine Emotionen auslöst, ist für unser Gehirn wertlos.“ Schmunzelnd ergänzt er: „Meine Tochter studiert Wirtschaftswissenschaften. Da lerne ich, wie es theoretisch wäre.“

Liebe zum Detail

Die Welt der Werbung war dem ältesten von sieben Geschwistern quasi in die Wiege gelegt. Sein Vater Wolfgang Saliger stand seit Anfang an der Seite der Marke „Lattella“, eines Erfrischungsgetränks aus Fruchtpüree und dem Käse-Abfallprodukt Molke – und die ganze Familie half mit. „Wir waren alle Lattella-Tester. Vor uns standen lauter weiße Packerl mit Beschriftungen. Als Kinder waren wir Mango-Typen, mehr die Süßen“, erinnert sich Thomas Saliger. „Sogar im Urlaub mussten wir bestimmte Verpackungen unbeschädigt aufheben, weil sie mein Vater für seine Arbeit brauchte.“ Dessen Neugier und Kreativität, aber auch Akribie und Liebe zum Detail hat der Sohn geerbt.



Familie Putz: Beim Einzug umstritten, nach 25 Jahren Kult.

Möbel im Wandel

Wichtige Wesenszüge für spannende Zeiten – denn die Möbelwelt erlebt einen markanten Umbruch. In Deutschland sanken die Vorjahresumsätze in der Produktion sowie im Handel von Möbeln um etwa sechs bis acht Prozent (*Quelle: Branchenverbände VDM und BVDM*). In Österreich fand das Ende des einstigen Marktführers kikaLeiner ein breites öffentliches Echo. Die Forderungen der Gläubiger summierten sich im heurigen Jänner auf etwa 265 Millionen Euro. Weniger im Scheinwerferlicht stand der Rückzug eines Online-Möbelhändlers, ebenfalls im Jänner 2025. Der US-Konzern Wayfair gab seinen Abschied vom Markt in Deutschland, Österreich und anderen euro-



■ ■ Wir glauben an den stationären Handel. Aber jetzt liegt der Eingang des Möbelhauses daheim auf dem Sofa. ■ ■ Thomas Saliger

päischen Ländern bekannt. Dieser Schritt dürfte den Onlineriesen einen dreistelligen Millionenbetrag kosten – und mehr als 700 Mitarbeitende ihren Job. „Möbel hat eine extrem komplexe Logistik, große Volumina, hohe Kosten“, weiß Thomas Saliger. „Möbel ist nicht etwas, das du um fünf Euro als Packerl durch die Welt schickst.“

Brücke zwischen Welten

Manche Fachleute verweisen auf die Corona-Pandemie, während der sich viele Menschen ins Private zurück- und Möbelkäufe vorgezogen hätten, die jetzt bei den Umsätzen fehlten. Doch Thomas Saliger sieht tiefergehende Gründe: „Eigentlich finden zwei Transformationen statt: Der Online-Handel verändert sich in Richtung stationär, und der Offline-Handel in Richtung online.“ Wer nicht transformiert, verliert. Das Zauberwort heißt Omnichannel. „Einfach erklärt bedeutet Omnichannel die Kombination aus Online daheim plus Beratung im Geschäft“, sagt Thomas Saliger. Am Handy oder Tablet holen sich potenzielle Kund*innen ihre Inspirationen, sammeln und vergleichen Informationen, stellen Fragen, tätigen Bestellungen, geben Feedback und vieles mehr. Im Einrichtungshaus helfen Berater*innen von Angesicht zu Angesicht – „hier zählt der Mensch, der das seit zwanzig Jahren macht“. Zwischen den „beiden Welten“ dürfe es für die Kund*innen keine Lücken und keine Bruchstellen geben. „Omnichannel ist für uns auch ein Prozessthema: Wie können wir die Systeme intern verbinden und die Logistik laufend besser machen?“

Neugierig auf Technik

„Wir glauben an den stationären Handel“, betont Thomas Saliger. „Möbel hat viel mit Haptik und Gefühl zu tun. Digitalisierung wird nie die Emotionalisierung ersetzen. Aber jetzt liegt der Eingang des Möbelhauses daheim auf dem Sofa. Wir brauchen die digitale Ergänzung, auch von der Philosophie.“ Den immer neuen Herausforderungen stellt sich die Organisationseinheit „xxxl.digital“. 15 Teams befassen sich beispielsweise mit über zwei Dutzend Onlineshops auf allen digitalen Touchpoints und in vielen Sprachen. Ein weiteres Programm will mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz wiederkehrende Prozesse beschleunigen, Umsätze steigern, Kosten sparen sowie das Erlebnis für die Kund*innen verbessern. Aktuelle KI-Projekte helfen etwa beim Verständnis von Feedback, beim Erstellen von Bildbeschreibungen oder beim Vergleich von Möbelfotos. Für Werbespots generiert die KI virtuelle 3D-Welten und animierte Figuren wie den bunten mömax-Papagei, aber auch Kinder, die aussehen wie Parteivorsitzende. „Die moderne Technik hat viele Vorteile. Aber du musst immer neugierig sein“, sagt Thomas Saliger. „In der Digitalwelt bin ich neugierig wie ein Dreizehnjähriger.“

Zu den markanten Symbolen aus dem Hause XXXLutz gehört der rote Stuhl. Einen solchen hat Thomas Saliger fürs Foto spontan auf seinen Besprechungstisch gestellt.

01 | 2025

Bewusst für morgen

Bei Produkten und Systemen, aber auch im Vertrauen der Kund*innen spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Sie beginnt für Thomas Saliger im Kopf. „Am meisten geht weiter, wenn es nicht wegen einer Regel passiert, sondern wegen eines klaren Bewusstseins. Das bewegt am allermeisten.“ Mit dem Programm „XXXL for tomorrow“ durchleuchtet die Unternehmensgruppe einerseits das Produktsortiment, andererseits aber auch Prozesse, Fuhrpark und Logistik. Auch kleine Maßnahmen bringen große Wirkung. „Wir haben in unseren Lagern aus der Not heraus Bewegungsmelder eingebaut. Damit haben wir 20 Prozent der Energiekosten gespart.“ Der Wandel in Technik und Nachhaltigkeit erfordert regelmäßige Umbauten. „Auch ein Einrichtungshaus wohnt sich ab und muss immer wieder erneuert werden. Wir bauen jedes Haus im Schnitt alle 13 Jahre innen komplett neu.“

■ Bei uns heißt es einfach
'machen wir mal'. ■

Thomas Saliger

Bodenständig in Wels

Aktuell beschäftigt die Unternehmensgruppe mehr als 27.100 Mitarbeiter*innen von Schweden bis Portugal. Doch das Herz des Unternehmens schlägt in Wels. „Wir sind die Know-how-Zentrale für alle Länder. Wir bauen eine Plattform, und jedes Land kann darauf fahren, wie es möchte.“ Warum Wels und nicht Wien oder Berlin? „Hier sind wir groß geworden. Unsere Inhaber haben hier ihren Bezug, genauso wie viele andere Menschen, die bei uns arbeiten, und ihre Familien“, sagt Thomas Saliger. „Wels als Ort steht für Bodenständigkeit. Die Menschen arbeiten hemdsärmelig und sind kollegial. Wir haben eine gute Streitkultur. Probleme werden auch am Abend bei einem Getränk gelöst.“ Generell sieht Saliger den Zentralraum Linz-Wels-Steyr als „ein kompaktes Dreieck, stark in personellen Ressourcen“ und widerspricht dem Klischee der österreichischen Gemütlichkeit. „Bei uns heißt es auch einfach ‚machen wir mal‘. Wir analysieren nicht alles in tausend Meetings, wie in Deutschland



oder Schweden. Bevor andere eine Maßnahme starten, haben wir schon zehn gemacht und zwei davon korrigiert." Als Voraussetzung betont er eine gute Fehlerkultur, „dass wir etwas ausprobieren und uns auch trauen, Fehler zu machen.“

Kommt der Tag, bringt der Tag

Vor 80 Jahren gegründet, seit 50 Jahren in Wels, seit 20 Jahren Nummer 1 in Österreich und heute Nummer 2 der Welt: Hier läuft wohl vieles richtig. „Erfolg wird jeden Tag neu definiert“, sagt Thomas Saliger. „Er bedeutet vor allem Zufriedenheit, ein Ziel erreicht zu haben, und dass meine Energie zu etwas geführt hat, auch persönlich und privat. Diese Energie ist jeden Tag in der Früh neu da, die Batterie neu geladen.“ Vor ein paar Jahren hat Thomas Saliger eine schwere Krankheit überwunden. Auf die Schlussfrage, wo er sich in zehn Jahren sieht, erzählt er eine Anekdote: „Ich bin mal mit einem Obdachlosen auf Montage gefahren. Wir hatten Spaß dabei, und ich habe ihn gefragt, wo er am Abend schläft. Er wusste es nicht und hat gesagt: ‚Kommt der Tag, bringt der Tag!‘ Damals war das für mich unvorstellbar. – In zehn Jahren wäre mein Pensionsalter erreicht. Vielleicht werde ich im Wohnmobil durch England fahren?“

PERSÖNLICH

Thomas Saliger

ZEHN FRAGEN & ANTWORTEN

Wohin würden Sie morgen Früh verreisen?

Nach London.

Lieblingsmenü im Lieblingslokal?

Die Seezunge bei einem Italiener in Wien.

Feueralarm: Was retten Sie?

Meine Mitarbeiter – da kann ich viele mitnehmen.

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Grundsätzlich alle, am ehesten den ersten.

Beim dritten werde ich energischer.

Welches Talent würde man Ihnen nicht zutrauen?

Die Akribie.

Welche Internetseite besuchen Sie nicht für Ihren Beruf?

Millionen von Seiten, zum Beispiel orf.at

Wann waren Sie am glücklichsten?

Jetzt.

Welche Erfindung bewundern Sie am meisten?

Strom: Wenn man sich vorstellt, was da alles dranhängt.

Mit wem möchten Sie an der Hotelbar etwas trinken?

Mit Harald Schmidt.

Und worüber reden?

Über alles, idealerweise über lustige Dinge.

ZEHN SÄTZE ERGÄNZEN

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

Thema des letzten Tischgesprächs war

... die Urlaubsplanung, heuer nach Schottland.

Ich wäre gern für einen Tag

... UNO-Generalsekretär.

Meine größte Schwäche ist ... **Ungeduld.**

An meinen Freunden schätze ich am meisten

... die Einfachheit und Unkompliziertheit – Freunde, die einfach Mensch sind.

Meine Lieblingsbeschäftigung ist

... in London durch die Straßen gehen.

Meine wichtigsten Lehrmeister sind ... **der verstorbene**

XXXLutz-Inhaber Richard Seifert und sein Bruder Andreas.

Meine Lieblingssendungen im Fernsehen sind

... „Zeit im Bild“, manchmal Kochsendungen.

Am meisten verabscheue ich

... fehlenden gegenseitigen Respekt – beruflich und privat, menschlich, religiös, gegenüber Institutionen.

Ich bin erfolgreich, weil ... **ich wahrscheinlich immer fleißiger war als andere und bis heute neugierig bin.**



Das MAX.CENTER Wels präsentiert über 50 Shops und Restaurants.



LIWEST begann Anfang 2025 mit einem Pop-up-Store.

SERVICE

LIWEST eröffnet neuen Shop im MAX.CENTER Wels

LIWEST setzt einen weiteren wichtigen Meilenstein in der persönlichen Betreuung der Kund*innen.

Am Freitag 28. und Samstag 29. März eröffnet der LIWEST Shop Wels mit viel Raum für innovative Produkte und kompetente Beratung.

Im heurigen Jänner startete LIWEST einen Pop-up-Store im MAX.CENTER Wels. Am 28. und 29. März 2025 folgt die Eröffnung eines permanenten Shops an derselben Adresse. Mit dieser strategischen Expansion vervollständigt LIWEST die Präsenz in den drei Gründungsstädten Linz, Wels und Steyr. Neben den beiden etablierten Standorten in Linz-Urfahr und der PlusCity in Pasching sowie dem Shop im HEY! STEYR, bietet nun auch Wels einen zentralen Anlaufpunkt für LIWEST Kund*innen. Im neuen Shop können sich Interessierte über das gesamte Produkt- und Serviceangebot informieren und sich von den Expert*innen vor Ort beraten lassen.

Top-Ausstattung für Kund*innen

Der neue LIWEST Shop im MAX.CENTER Wels hat eine Größe von 112 Quadratmetern und überzeugt durch moderne Ausstattung und Design. Für die Kund*innen bietet er moderne Beratungsbereiche sowie einen Wartebereich, der mit kostenlosen induktiven Ladestationen neben den Sitzschalen ausgestattet ist. Die LIWEST Produkte werden dank Curved Monitoren, iPads, iPhones, Lenovo ThinkPad usw. live erlebbar. Für kompetente und persönliche Beratung sorgt ein Team von vier Mitarbeiter*innen. „Die Neueröffnung unterstreicht das Engagement von LIWEST, die Kundennähe weiter zu stärken und den Service in der Region auszubauen“, erklärt LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintreiter.

LIWEST Shop Wels auf einen Blick

STANDORT

LIWEST Shop im MAX.CENTER Wels
Gunskirchener Straße 7
4600 Wels

ÖFFNUNGSZEITEN

Montag bis Freitag 09:00–19:00 Uhr
Samstag 09:00–18:00 Uhr

KONTAKTDATEN

Telefon: +43 732 942424
E-Mail: info@teamliwest.at

ÖFFI-ANFAHRT

Mit der Linie 4 der Wels-Busse direkt ins MAX.CENTER

BARRIEREFREIHEIT

Zugang zum Shop barrierefrei
barrierefreies WC für Kund*innen
vorhanden

Mehr unter liwest.at/shops



INTERVIEW

Nahe Anlaufstelle für Kund*innen

Was Besucher*innen im neuen Welser LIWEST Shop erwartet, erklärt Ajdin Mlinarevic, Teamleiter LIWEST Shops.

Was macht das MAX.CENTER Wels zu etwas Besonderem?

Das MAX.CENTER ist für uns das Einkaufszentrum Nummer 1 in Wels und bietet durch seine verkehrsgünstige Lage und die hohe Besucherfrequenz ideale Voraussetzungen, um ein breites Publikum in Wels und dem Welser Einzugsgebiet zu erreichen. Die moderne Infrastruktur und die Vielfalt der Geschäfte schaffen ein attraktives Umfeld für unseren LIWEST Shop. Hier können wir unsere innovativen Produkte und exzellenten Service für unsere Welser Kund*innen persönlich zugänglich machen.

Was sind Ihre konkreten Ziele für den neuen LIWEST Shop?

Als führender Internetprovider in Oberösterreich ist es uns wichtig, für unsere Welser Kund*innen eine Anlaufstelle in ihrer Nähe anbieten zu können. Hier möchten wir unsere bestehenden Kundenbeziehungen pflegen und ausbauen sowie natürlich auch Neukund*innen gewinnen. Zudem wollen wir als erste Anlaufstelle für innovative Telekommunikationslösungen bekannt werden.

Was haben Sie sich als Filialleiter vorgenommen?

Ich freue mich darauf, ein motiviertes Team aufzubauen und gemeinsam den Shop erfolgreich zu etablieren. Dabei liegt mein Fokus auf hoher Kundenzufriedenheit. Durch

regelmäßige Schulungen zu Produkten sowie durch Teambuilding-Maßnahmen wird unser Team kontinuierlich weitergebildet. Wir legen großen Wert auf lösungsorientiertes Handeln, Flexibilität sowie freundliche und kompetente Beratung.



Worauf dürfen sich die Besucher*innen im neuen LIWEST Shop besonders freuen?

Sie dürfen sich auf eine breite Produktpalette, persönliche Beratung und exzellenten Kundenservice freuen. Zudem planen wir regelmäßige Aktionen, die den Einkauf bei uns zu einem besonderen Erlebnis machen.

Was hat Sie dazu bewegt, die Filiale zu übernehmen?

Neben unseren drei anderen Shops in Linz, Steyr und Pasching war es mir ein besonderes Anliegen, den Markennamen LIWEST, der für Linz, Wels, Steyr steht, auch bei der Aufzählung der Shops darstellen zu können. Die Möglichkeit, innovative Produkte, Dienstleistungen und vor allem unseren Service auch unseren Welser Kund*innen anbieten zu können, motiviert mich sehr.

Das 3 × 3 der Marke LIWEST

- **3 Städte:** Im Jahr 1978 wurde LIWEST von den Magistraten Linz, Wels, Steyr sowie der Siemens AG Österreich gegründet. Je zwei Anfangsbuchstaben der drei Städte bilden den Markennamen.
- **3 Technologien:** Die LIWEST Netzinfrastruktur basiert auf dem eigenen Kabelnetz. Dazu kommen Glasfaser (Signalübertragung mit Licht) und 5G (Funkübertragung durch die Luft). Die Streifen im L-Symbol stehen für die drei Technologien.
- **3 Produkt-Kategorien:** LIWEST bietet drei Schwerpunkte: Internet, Fernsehen und (Mobil-)Telefon. Sie finden sich in den drei Hauptfarben wieder.

GAMING

LIWEST lädt ein: Entwickler treffen & Spiele zocken!



Das heißt es am Freitag 4. April ab 16 Uhr im last by Schachermayer. Gleich gratis Ticket sichern!

Unter dem Motto „LIWEST loves GAMES made in Austria“ unterstützt LIWEST die heimische Gaming-Szene und bietet ihr nun eine neue Bühne.

Das last by Schachermayer präsentiert sich als einzigartiges Jugend- und Kulturzentrum in Linz. Auf über 4.000 Quadratmetern bietet das last eine Mischung aus Actionsport, Gaming, Kunst und Community. Zwei Highlights ragen besonders hervor: eine riesige Beton-Bowl für Rollsportler und eine High-Tech-Gaming-Area. Hier organisiert LIWEST in Kooperation mit dem last am 4. April 2025 ein neues Gaming-Event. Ab 16 Uhr können Gaming-Fans zahlreiche Videospiele aus Österreich gratis zocken und die Entwickler dahinter treffen. Sie stellen ihre Spiele selbst vor und stehen anschließend zum gemeinsamen Zocken zur Verfügung.

Mit den Entwicklern zocken!

Mit dabei sind etwa Laurenz Baumgartner (EDENFALL), Florian Friedrich (a doctor's term), Daniel Kuaes und Florian Landerl (KING OF THE PING), Christoph Lipphart (GLINTLAND), Johannes Lugstein (SLOPE-CRASHERS), Gabriel Mittermair (CONFINED), Michael Steinkellner und Sebastian Uitz (WEBBING JOURNEY) und einige mehr. Der Eintritt ist frei, dazu gibt es gratis Getränke und Pizza sponsored by LIWEST. Einfach online ein Ticket für die Vorstellung der Videospiele um 16 Uhr im last buchen. **Gratis Ticket sichern unter events.liwest.at**

Einzigartige Location

STANDORT

Lastenstraße 42, 4020 Linz

ÖFFI-ANREISE

- Mit den Straßenbahn-Linien 1 und 2 zur Haltestelle Herz-Jesu-Kirche, sowie dem Nachtbus N82. Danach ist die Location in nur 5 Minuten zu Fuß erreichbar.
- Bushaltestelle Grüne Mitte oder über die Linie 27 und den Nachtbus N83.

ANREISE MIT AUTO

Von der Autobahn A1 kommend Abfahrt Wiener Straße. Für Besucher*innen sind 40 Privatparkplätze verfügbar.

Mehr unter last-space.at

LIWEST für heimische Gamer-Szene

Gaming ist längst fester Bestandteil der Freizeitgestaltung. Eine Umfrage des Marktforschungsinstituts MARKET im Auftrag von LIWEST zeigt, dass rund 80 Prozent der Oberösterreicher*innen regelmäßig elektronische Spiele nutzen. „Als führender Internetanbieter der Region will LIWEST die heimische Gamer-Szene mit dem Programm ‚LIWEST loves Games made in Austria‘ fördern und ihr gemeinsam mit dem last by Schachermayer Raum geben“, erklärt LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenreiter.



Wichtige Infos zum Event

• Welche Altersgrenze?

Der Zutritt und die Teilnahme am Event sind ab 14 Jahren möglich. Das Spielen des Horror-VR-Titels „CONFINED: Leaving OKB-134“ passiert in einem abgegrenzten Bereich und ist erst ab 18 Jahren erlaubt.

• Wo parken?

Vor dem gelben Gebäude in Linz, Lastenstraße 42 darf parken, wer Gast in diesem Haus ist. Weitere Parkplätze gibt es auf der linken Seite im eingezäunten Bereich neben dem Gebäude.

• Controller mitnehmen?

Nein, LIWEST stellt gemeinsam mit dem last by Schachermayer alle nötigen Geräte und Software zur Verfügung.

• Auch unveröffentlichte Titel?

Ja, einige der vorgestellten Titel wurden noch nicht veröffentlicht, und es kann eine Demo dazu gespielt werden.

• Hinterher nachsehen?

Die Vorstellung um 16:00 Uhr wird über die kostenlose Streaming-Plattform Twitch gestreamt und steht auf dem Twitch-Kanal der Game Developers Linz (GDL) und später auch auf dem YouTube-Kanal der GDL bereit. **Mehr Infos unter liwest.at/last**

Last im LEO Podcast



Winni Ransmayr

LEO steht für „Lebendige Einblicke in Oberösterreichs Technologiewelt“. Jeden letzten Freitag im Monat startet eine neue Folge zu Digital- und Telekommunikationsthemen. In der Folge „Der coolste Playground für die Jugend in Linz!“ sprechen Steffi Sperr und Stefan Hackl mit Winni Ransmayr. Er ist Projektleiter des last by Schachermayer und erzählt über die Bedeutung von Gemeinschaft, Jugendschutz und die Vision hinter dem Projekt.

Zum Anhören auf Spotify oder Apple Podcast und unter liwest.at/podcast

Das Event im last

Entwickler treffen & Spiele zocken



Jetzt Ticket sichern
Inklusive GRATIS
Getränk & Pizza

Freitag, 4.4.2025
ab 16 Uhr | Eintritt frei

@last by Schachermayer | Linz
Infos unter liwest.at/last



Als weltgrößte Elektronikmesse zeigt die CES in Las Vegas jedes Jahr die neuesten Trends für die digitale Welt.

Nach riesigen Bildschirmen oder selbstfahrenden Autos dominierte heuer das Thema Künstliche Intelligenz – auch auf ungewohntem Terrain.



Mehr als 4.500 Aussteller*innen und 140.000 Besucher*innen machten die diesjährige Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas einmal mehr zur weltgrößten Technologie-Messe. Branchenkaiser wie Samsung oder LG, Siemens oder BMW präsentierten sich ebenso wie etwa 1.400 Start-up-Unternehmen. Heuer stand die Künstliche Intelligenz im Mittelpunkt, die nicht nur die Unterhaltungsbranche, sondern auch Gesundheit, Nachhaltigkeit und Mobilität verändert.



• **Fitness-Scan per Spiegel:** Wer einen Fokus auf Gesundheit und Fitness legt, achtet auch auf relevante Körperwerte. Daten dazu werden häufig von Trackern, Smartwatches und anderen Geräten gemessen. Der französische Elektronik-Unternehmen Withings hat bei der CES den Prototyp seines Spiegels „Omnia“ vorgestellt. Das Gerät zeigt ein Spiegelbild des Menschen davor und blendet dazu über 60 Gesundheitsdaten ein, etwa Gewicht, Blutdruck, Herzfrequenz, Puls oder Ernährungs- und Aktivitätswerte. Grundlage sind einerseits Daten, die direkt über die Bodenplatte vor dem Spiegel gemessen werden, andererseits weitere Daten aus konventionellen Quellen, die mit dem Spiegel verbunden wurden, etwa Smartwatch & Co, aber auch Schlaferkennungsmatten. Zur Analyse der Gesundheitsdaten arbeitet Withings an einer KI, die im Lauf des heurigen Jahres als Abo-Modell präsentiert werden soll.

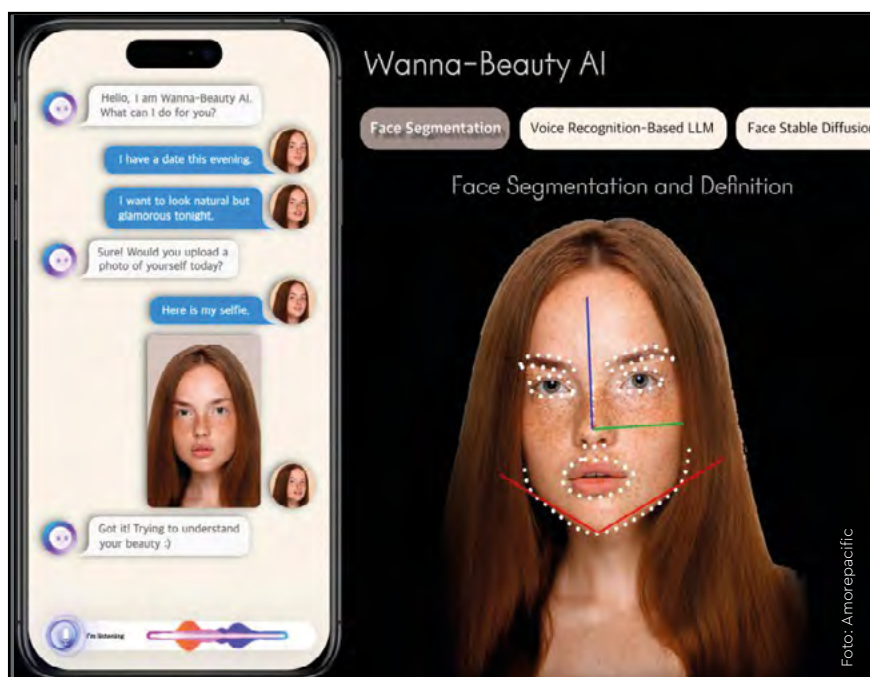
• **EKG per Kopfhörer:** Um ein professionelles Elektrokardiogramm (kurz EKG) zu erstellen, werden üblicherweise sechs spezielle Elektroden am Brustkorb und sechs weitere an den Extremitäten befestigt. Das Bioinformatik-Unternehmen Emotiv aus San Francisco ist seit Jahren Marktführer bei mobilen EKG-Headsets. Auf der CES zeigte es erstmals kleine Kopfhörer, die nicht nur Musik liefern, sondern auch ein EKG aufzeichnen. In den Earbuds „MW20“ ist ein Brain-Computer-Interface verbaut, das die Interaktion mit der Umwelt unterstützt und dank KI gleich noch Verhaltensratschläge ins Ohr flüstert. Interessierte können sich auf einer Warteliste registrieren.



• **Intelligenter Schmink-Spiegel:** Samsung präsentierte ein 21 Zoll großes Display mit dem klingenden Namen „MICRO LED Beauty Mirror“. Es dient als Spiegel, als intelligentes Display mit personalisierten Funktionen (Wetter, To-Do-Listen) und als Smart TV. In Kooperation mit Koreas führendem Kosmetik-Konzern Amorepacific bietet das Gerät eine KI-gestützte Lösung zur Hautpflege. Diese „AI Skin Analysis & Care Solution“ kann den individuellen Hauttyp einschließlich Falten, Poren, Pigmentflecken und Rötungen in 30 Sekunden analysieren und darauf abgestimmte Produkt- und Make-up-Empfehlungen liefern. Wann und zu welchem Preis das schlaue Spieglein ausgeliefert wird, bleibt noch ein Geheimnis.



• **Mit KI so schön wie** Amorepacific stellte bei der CES auch seine Anwendung „Wanna-Beauty AI“ vor. Sie will frei übersetzt den Wunsch nach Schönheit erfüllen – und mehr davon in die Welt bringen. Das versprechen zahlreiche Beauty-, Face- und Styling-Apps schon seit Jahren. Wanna-Beauty AI ist die erste virtuelle Make-up-Lösung mit Sprachinteraktion. Wie in der analogen Beratung spricht sie mit Nutzer*innen, um deren Vorlieben und Bedürfnisse zu verstehen. Am Anfang steht eine Analyse von Hautton, Gesichtszügen und Proportionen. Dann bietet die KI, die laufend mit Daten von Make-up Artists trainiert wird, personalisierte und effiziente Empfehlungen, um den perfekten Look zu finden und den Make-up-Auswahlprozess zu rationalisieren. Schließlich erfüllt die KI auch den Wunsch: „Ich möchte so aussehen wie ...“. Nutzer*innen können das Make-up einer anderen Person an sich testen, etwa eines bestimmten Stars oder Idols. Ab wann die Anwendung unsere Sprache und Ideale versteht, ist noch unbekannt.



DIGITALE TRENDS

Besser sitzen und schlafen dank visionärer Möbel

Smarte Möbel versprechen mehr Komfort, Effizienz und Lebensqualität. Noch sind sie Nischenprodukte.

Weltweite Trendsetter sind smarte Tische und Betten, die individuelle Bedürfnisse automatisch erkennen und erfüllen.

Smartes Möbel bieten nützliche Funktionen wie kabelloses Laden, intelligente Beleuchtung und automatische Steuerung der Wohnumgebung. Futuristische Beispiele verfügen über eingebaute Sensoren, sprachgesteuerte Assistenzsysteme und Dienste auf Basis von Künstlicher Intelligenz. Als wichtigste Wachstumstreiber wirken die Trends zu intelligenten Häusern und vernetzten Wohnräumen. Daneben steigt die Nachfrage nach platzsparenden und multifunktionalen Möbeln für urbanes Wohnen und kleinere Einheiten.

Smarte Tische, Sessel, Betten

Zu den wichtigsten Produkten gehören smarte Tische und Schreibtische, Stühle und Sessel, Sofas und Betten. Das größte Produktsegment sind Tische mit darin verbauter Technologie für Wohnen und Arbeiten. Als derzeit am schnellsten wachsendes Segment gelten aber smarte Betten. Mit Funktionen wie Schlafverfolgung und einstellbarer Härte gehen sie individuell auf den Kund*innenwunsch nach guter Schlafqualität ein. Für Wohlbefinden sorgen etwa Kissen mit Belüftung, Matratzenüberzüge mit Kühl- und Heizmöglichkeiten oder Schnarchsensoren – bei Bedarf separat für zwei Schlafende.

Milliarden-Markt

- Der globale Markt für intelligente Möbel wurde im Vorjahr auf 3,25 Milliarden US-Dollar geschätzt und soll bis 2032 auf etwa 4,66 Milliarden US-Dollar jährlich wachsen.
- Der weltweite Gesamtumsatz der Möbelbranche soll heuer etwa 728 Milliarden Euro erreichen.

(Quellen: [statista.de](https://www.statista.de); „Global Smart Furniture Market 2025-2032“, SkyQuest Technology)





Das Bett als Heimkino in italienischem Design

Wachstum in Fernost

Der globale Markt für smarte Möbel wird in den kommenden Jahren deutlich und kontinuierlich wachsen. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Global Smart Furniture Market 2025–2032“ der weltweit tätigen Unternehmensberatung SkyQuest Technology. Die stärksten regionalen Märkte sind Nordamerika, Europa und der asiatisch-pazifische Raum. Letzterer erlebt einen ungebrochenen Aufschwung und eine starke Urbanisierung. Die wohlhabende Mittelschicht in Ländern wie China, Japan, Südkorea und Indien zeigt eine besondere Vorliebe für vernetztes Wohnen und smarte Möbel.

Sorgen und Wandel

Die Branche steht aber auch vor Herausforderungen. Sorgen bereiten die hohen Kosten, die mit der Integration fortschrittlicher Technologien in Möbel verbunden sind. Auch Datenschutz- und Sicherheitsbedenken können Menschen davon abhalten, intelligente Möbellösungen zu nutzen. Neben der traditionellen Möbelindustrie tragen Start-ups und Technologieunternehmen zur Wettbewerbsdynamik bei. Um klima- und umweltbewusste Konsument*innen anzusprechen, werden kreislauforientierte Designprinzipien, umweltfreundliche Materialien und energieeffiziente Technologien forciert.

Magische Möbel

Trendforschung und Marktstudien liefern spannende Visionen zum Wohnen von morgen. Intelligente Möbel gehen über ihre traditionelle Rolle hinaus und bilden einen integralen Bestandteil der smarten Wohnumgebung. Dass Möbel und Geräte vernetzt sind und Daten austauschen, wird zur Selbstverständlichkeit. Das Smart Home der Zukunft wird als Ökosystem beschrieben, in dem alle Elemente zusammenarbeiten, um Komfort, Effizienz und Wohlbefinden zu steigern.

Biometrie: Möbel werden mit Sensoren ausgestattet, die Vitalfunktionen, Stresslevel und andere physiologische Marker überwachen, und unterstützen die Bedürfnisse der Bewohner*innen. So können Betten ihre Festigkeit je nach Schlafmuster anpassen oder Stühle eine auf die Körperhaltung der jeweiligen Person zugeschnittene Wirbelsäulenstütze bieten.

Nanotechnologie: Speziell folierte Autos können ihre Farbe ändern oder ein Muster zeigen – warum nicht auch Möbel? Farbverändernde Materialien, selbstheilende Oberflächen und fortschrittliche Sensorfunktionen könnten die Ästhetik und Haltbarkeit von Möbeln revolutionieren.

Emotion: Intelligente Möbel sollen dank KI-Unterstützung ihre Umgebung und menschliche Gefühle verstehen und selbstständig darauf reagieren, zum Beispiel durch Anpassung der Sitzposition, der Beleuchtung oder der Musik- und Geräuschkulisse. Dass der Badezimmer-Spiegel individuelle Schmink- oder Fitness-Tipps gibt, ist bereits Realität (*mehr auf Seite 17*).

Holografie: Futuristische Möbel sollen mit digitalen Schnittstellen im dreidimensionalen Raum interagieren. Dazu gehören holografische Bedienfelder und virtuelle Tastaturen, die von intelligenten Schreibtischen projiziert werden. Dahinter steht die Vision vom Wohnzimmer oder Arbeitsplatz, in dem reale und virtuelle Welt nahtlos ineinander übergehen.

Multitasking: Je dynamischer der Lebensstil wird, desto mehr Möbel müssen sich den veränderten Bedürfnissen flexibel anpassen. Dazu gehören Robotermöbel, die sich je nach Benutzeranforderungen neu konfigurieren, oder modulare Systeme, die ein Wohnzimmer mit wenig Aufwand in ein Büro verwandeln können. Besonders naheliegend erscheint das Bett als Heimkino, erhältlich zum Beispiel ab 25.000 Euro unter der italienischen Marke Hi-Interiors.



Auch dank der Zusammenarbeit mit SPAR steigt die Anzahl von öffentlichen Ladepunkten im Versorgungsgebiet der LINZ AG stetig an.

E-MOBILITÄT

Projekte der LINZ AG liegen voll im Zeitplan

Die Mobilität der Zukunft ist ein Schwerpunkt der LINZ AG. Sowohl im städtischen als auch im ländlichen Bereich werden laufend Projekte vorangetrieben und umgesetzt. Ende vergangenen Jahres wurde bei der Johannes-Kepler-Universität in Linz der insgesamt 1.500. Ladepunkt im Versorgungsgebiet in Betrieb genommen. Diese sind größtenteils öffentlich zugänglich und auf weit mehr als 200 Standorte verteilt. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die Kooperationen mit den beiden Supermarktketten SPAR und HOFER. Im Zuge der Zusammenarbeit werden in den kommenden Jahren jeweils in etwa 80 Filialen im gesamten Bundesland mit hochwertigen Ladestationen ausgerüstet. „Bei beiden Projekten liegt die LINZ AG voll im Zeitplan. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 69 Supermärkte mit E-Ladetankstellen ausgerüstet, und auch 2025 werden die Projekte mit voller Kraft vorangetrieben. Denn eine gut ausgebaute Ladeinfrastruktur ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für einen erfolgreichen Umstieg auf CO₂-freie Mobilität“, sagt LINZ AG-Vorstandsdirektor Mag. DI Josef Siligan.



Foto: LINZ AG/Fotokerschi

Die Kooperation mit HOFER schreitet zügig voran.

Alles mit einer Ladekarte

Besonders praktisch: Für die E-Ladestationen auf den Supermarkt-Parkplätzen braucht man keine neue Ladekarte. Denn die LINZ AG hat neben den Mitgliedern des Bundesverbandes (BEÖ) noch viele weitere Roamingpartner in Österreich und im benachbarten Ausland, um den Kund*innen das Laden ihres E-Autos zu günstigen Konditionen – ohne Roamingaufschläge – zu ermöglichen. Der übersichtliche "LadeAtlas" auf der LINZ AG-Webseite bietet eine detaillierte Übersicht über die verfügbaren E-Ladestationen.

LINZ AG VORTEILSWELT

Frühlingserwachen in der LINZ AG Vorteilswelt

Ein Jahr lang kostenlos den Botanischen Garten in Linz besuchen oder bereits jetzt tolle Geschenke für das Osternest abstauben – mit Ihrem LIWEST Produkt und Strom von der LINZ AG können Sie sofort an der LINZ AG Vorteilswelt teilnehmen!

Die LINZ AG Vorteilswelt-App punktet auch im Frühling mit jeder Menge Sofortrabatten für das tägliche Leben und exklusiven Gewinnspielen. Wussten Sie, dass Sie in der App nicht nur Vergünstigungen unserer Vorteilspartner finden, sondern auch bei ausgewählten LINZ AG-Leistungen sparen können? Ab 6. April haben Sie die Möglichkeit, exklusiv mit der App einen von 20 Bäderoasen-Punktepässen im Wert von je 76 Euro zu gewinnen. Damit genießen Sie 20 kostenlose Schwimmeintritte in die LINZ AG Bäderoasen. Einfach in der App vorbeischaun und am Gewinnspiel teilnehmen.

Alle Informationen auf
www.linzag.at/vorteilswelt



20 x 1 Jahreskarte gewinnen

Sie möchten den Frühling mit allen Sinnen erleben oder sich mitten in der Stadt eine kurze Auszeit im Grünen gönnen? Sichern Sie sich mit etwas Glück eine Jahreskarte für den Botanischen Garten in Linz!

Osterhasen aufgepasst

Ab 30. März können Sie mit der LINZ AG Vorteilswelt-App bei unseren Vorteilspartnern tolle Geschenke für Ihr Osternest ergattern.



LIWEST Magazin per Post abonnieren

4 x im Jahr
kostenlos erhalten



Abonnieren unter
liwest.at/magazinabo



DIGITALE BILDUNG

Cybercrime: Mehr Angriffe fordern bessere Verteidigung

Jede sechste Cyberattacke in Österreich führt zum Ziel. Die Trefferquote steigt alarmierend, psychologische Tricks nehmen zu.

Bei speziellen Lehrgängen zum Kampf gegen Cybercrime lernen Jugendliche viel über Technologien, aber auch Risikowahrnehmung und Projektmanagement.

Weltweit wächst die Anzahl von Cyberattacken und die Raffinesse der Angriffsszenarien. Denn nicht nur Unternehmen und Konsument*innen nützen den technologischen Fortschritt, sondern auch Kriminelle im Internet. Dessen unbegrenzte Verfügbarkeit und die Möglichkeiten von Anonymisierung und Verschlüsselung beschleunigen die Ausbreitung von Cybercrime. Dazu kommt noch die Entstehung krimineller Dienstleistungen in Form von „Cybercrime as a Service“: Kriminelle Werkzeuge aus den Darknets ermöglichen die Durchführung von Cyberattacken für praktisch alle Interessierten.

Vorgetäuschte Beziehungen

Die Trefferquote der Angreifer*innen hat sich gegenüber dem Vorjahr alarmierend erhöht: Jeder sechste Cyberangriff führt zum Ziel, 2023 war es noch jeder zehnte. Das zeigt die Studie „Cybersecurity in Österreich 2024“ von KPMG in Kooperation mit dem Sicherheitsforum Digitale Wirtschaft des Kompetenzzentrum Sicheres Österreich

(1.158 befragte österreichische Unternehmen). Die stärksten „Waffen“ sind Phishingattacken (E-Mail-Links mit falschen Webseiten zum Abgreifen von Daten) sowie Malware (E-Mail-Anhänge mit versteckten Schadprogrammen). In diesem Zusammenhang hat jedes dritte Unternehmen zumindest einmal eine Lösegeldforderung bezahlt. Zunehmend werden Betriebe mit dem CEO-/CFO-Fraud konfrontiert: Kriminelle geben sich als Chef*in aus, um Mitarbeiter*innen zu Finanztransaktionen oder zur Herausgabe von Daten zu bewegen. Social Engineering rangiert auf Platz vier: Kriminelle bauen eine soziale Beziehung zu Personen im Unternehmen auf, beispielsweise um vertrauliche Daten zu erhalten.



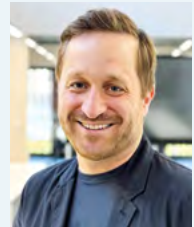
Kriminelle haben neue Betrugsmaschen entwickelt: Sie geben sich als Führungs- oder Vertrauensperson aus, um an Daten oder Konten zu kommen.



Durchblick im LEO Podcast



In Folge #17 des LIWEST Podcast LEO vertieft Johannes Knierzinger das Thema „Digitale Durchblicker: Wie Medienkompetenz unsere Zukunft prägt“. Er ist Geschäftsführer des Forum Medienbildung (FoMB).



Johannes Knierzinger

Zum Anhören auf Spotify oder Apple Podcast und unter [liwest.at/podcast](https://www.liwest.at/podcast)

Im Wettlauf mit Kriminellen

Mehr als die Hälfte der Befragten wurde im Vorjahr Opfer von Desinformationskampagnen. „Hier wird etwa über Soziale Medien eine Falschinformation über ein Unternehmen gestreut, beispielsweise, dass es einem Hackerangriff zum Opfer fiel“, erläutert Robert Lamprecht, Direktor IT Advisory von KPMG. Über das Internet verbreitet sich diese Falschinformation rasant und verunsichert Partner*innen und Kunden*innen, die beim Unternehmen nachfragen und Chaos verursachen. Eine gute Ablenkung, denn im Windschatten dieser Ausnahmesituation findet der eigentliche Angriff statt. „Zum Beispiel wird ein Phishing-Mail nachgeschickt“, erzählt Lamprecht. Eine Prognose der Angriffsentwicklungen wird immer unberechenbarer. „Wir sind im Wettlauf mit den Angreifer*innen, deren Methoden sich auch in Zukunft permanent ändern werden“, so die Studienautoren.

Umfassende Kompetenzen

Fachkräfte aus akademischen Studiengängen oder berufsbegleitenden Ausbildungen sind mehr denn je gefragt. Eine außergewöhnliche Möglichkeit in der Nachwuchsarbeit bietet die Bildungsinitiative „CAP.“ mit Sitz in der Linzer Tabakfabrik. Hier bekommen AHS-Oberstufenschüler*innen die Chance auf erstklassige Zusatzausbildungen in den Bereichen Mechatronik und Cybersecurity. „CAP.“ steht für „Cybersecurity Assurance Program“. Die vierjährige Ausbildung mit den Partnern FH Oberösterreich, Department Sichere Informationssysteme in Hagenberg, sowie CODERS.BAY entspricht den aktuellen und fachlichen Standards der Cybersecurity. Die Teilnehmer*innen erwerben aber auch Kompetenzen, die über technologisches Knowhow hinaus gehen: Projektmanagement, Social Skills, Kommunikation sowie Verständnis für Beeinflussung, Risikowahrnehmung und Verhalten von Menschen. Der Unterricht findet parallel zum Schuljahr mindestens jedes zweite Wochenende – jeweils Freitagnachmittag und Samstag – in der Tabakfabrik statt. Zu einer gelingenden Planung tragen derzeit 37 Partnerschulen bei, die eine Teilnahme an den Kursen ermöglichen und diese in ihren Stundenplänen berücksichtigen. Zahlreiche Institutionen und Unternehmen unterstützen die Ausbildung. Wer mitmachen will, benötigt keine fundierte Informatikausbildung, verfügt aber über eine Affinität zu IT, IoT und zur Cyberwelt.



Infos und Bewerbung für den Jahrgang 2025: [cap-ausbildung.eu](https://www.cap-ausbildung.eu)

KOMPAKT ERKLÄRT

CYBERCRIME (englisch für *elektronische Verbrechen*): Häufige Straftaten unter Ausnutzung von Informations- und Kommunikationstechnik sind das Eindringen und Stören von Computersystemen, das Stehlen, Manipulieren oder Löschen von Daten, Vergehen gegen das Copyright, das Umgehen von Kopierschutzsystemen, das Herstellen, Verbreiten und Verfügbarmachen von illegalen Inhalten und Verbrechen wie z.B. Betrug, Geldwäsche oder die Vorbereitung terroristischer Akte.

DARKNET (englisch für *dunkles Netz*): Google und Co. durchforsten nur einen Teil aller Internet-Inhalte. Dieser Teil wird Surface Web, Visible Web oder Clear Web genannt. Ein weiterer Teil des Internets wird zwar nicht von Suchmaschinen erfasst, kann aber über normale Browser aufgerufen werden – vorausgesetzt, ein*e Nutzer*in kennt die Web-Adresse und ist zugangsberechtigt. Dieser Teil heißt Deep Web, Invisible Web oder Hidden Web. Ein dritter, verschlüsselter Bereich des Internets besteht aus den Darknets. Sie können nur über spezielle Browser betreten werden und sind vergleichbar mit Geheimbünden, die nur durch persönliche Kontakte zu finden sind.



Im LIWEST Green Team treiben 18 Mitarbeiter*innen die Nachhaltigkeits-Maßnahmen voran.

VERANTWORTUNG

LIWEST verstärkt Engagement für Klimaschutz & Nachhaltigkeit

Als führender Telekommunikationsanbieter in Oberösterreich setzt LIWEST auf eine ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Unternehmensführung.

Mit konkreten Klimaschutzmaßnahmen und innovativen Initiativen bekennt sich LIWEST weiter zu seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt.

Nachhaltigkeit bedeutet für LIWEST mehr als reine Gewinnmaximierung. „Wir handeln ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltig. Das Prinzip der ökonomischen Nachhaltigkeit beschreibt ein Konzept der Gewinnerwirtschaftung ohne die langfristige Schädigung der dafür benötigten Ressourcen“, erklärt Stefan Gintenreiter, Geschäftsführer von LIWEST.

Green Team gestartet

Ein bedeutender Meilenstein in den Nachhaltigkeitsbestrebungen ist dabei der Start des LIWEST Green Teams. Beim Kick-Off inspirierte die Expertin DI Dr.-Ing. Birgit Gahleitner mit spannenden Einblicken in Themen wie planetare Grenzen, Kreislaufwirtschaft und die Entkopplung von Wachstum, Wohlstand und Ressourcenverbrauch. Es wurden zahlreiche innovative Ideen gesammelt, die nun Schritt für Schritt von engagierten Mitarbeitenden sowie den Entscheidungsträger*innen umgesetzt werden.

Mobilität neu gedacht

Nachhaltige Mobilität ist dabei ein Schlüsselaspekt der Klimaschutzstrategie von LIWEST. Eine Mobilitätsumfrage ergab, dass 45 Prozent der Mitarbeiter*innen bereits nachhaltige Transportmittel nutzen, und 18 Prozent planen, in den kommenden drei Jahren auf Elektrofahrzeuge umzusteigen. Diese Ergebnisse bieten eine solide Grundlage für weitere Maßnahmen, die im Green Team detailliert ausgearbeitet werden. LIWEST unterstützt seine Mitarbeit*innen bereits mit einem Klimaticket und fördert damit die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, zudem ist der Fuhrpark mit Elektroautos ausgestattet. An der Firmenzentrale setzt LIWEST auf modernste Technologien: Eine 28 kWh Photovoltaikanlage liefert erneuerbare Energie, für Außenstellen in Steyr (10 kWp) und Reith (5 kWp) sind weitere PV-Anlagen in der Errichtung. Darüber hinaus wird der Netzbetrieb ausschließlich mit Ökostrom der LINZ AG bewerkstelligt, was die umweltfreundliche Ausrichtung als Klimabündnisbetrieb weiter verstärkt.

Soziale Partnerschaften

Nachhaltigkeit endet aber nicht bei ökologischen Maßnahmen. LIWEST engagiert sich sozial als Caring Company für Mitarbeit*innen und unterstützt gemeinnützige Organisationen sowie Initiativen in der Region. Die Kooperation mit dem SOS Kinderdorf Oberösterreich geht bereits bis ins Jahr 2009 zurück, im Vorjahr wurde zudem die Partnerschaft mit HOSI Linz gestartet, aktuell findet eine Unterstützung zu verschiedenen Projekten des Instituts Lebensnetze statt.

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

LIWEST verlängert Sponsoring bei den Black Wings Linz



Black Wings Linz Präsident Peter Nader und LIWEST Geschäftsführer Stefan Gintenreiter bekräftigen das gemeinsame Ziel, den Eishockeystandort Linz weiter zu stärken und den Fans unvergessliche Momente auf dem Eis zu bieten.

Die Black Wings Linz und LIWEST verbindet eine der längsten Partnerschaften im österreichischen Eishockey. Nun wurde der Vertrag verlängert und das Sponsoring für diese sowie die kommende Saison ausgeweitet.

„Wir freuen uns, die Zusammenarbeit mit den Black Wings Linz fortzusetzen und unser Engagement weiter auszubauen. Seit 2005 sind wir als starker Partner ununterbrochen an der Seite des Vereins und begleiten seine Entwicklung mit großer Begeisterung. Mit der Erweiterung des Sponsorings wollen wir dazu beitragen, dass die Black Wings ihren Platz unter den Spitzenmannschaften der Liga festigen und weiter ausbauen können“, betont Stefan Gintenreiter, Geschäftsführer von LIWEST.

Von den Kleinsten bis zu den Profis

„Mit LIWEST verbindet das gesamte Linzer Eishockey eine lange und sehr enge Partnerschaft. Sie reicht von den Kleinsten im Nachwuchs über die Spielerinnen der Ice Cats und den Talenten der Oberösterreichischen Eishockeyakademie bis hin zu den Profis. Wir freuen uns daher sehr, dass wir durch den erneuten Ausbau dieser erfolgreichen Partnerschaft noch viele weitere schöne Momente und Erfolge gemeinsam feiern dürfen“, sagt Peter Nader, Präsident und Geschäftsführer Black Wings Linz.



Jetzt sparen und genießen:
Mit der **LINZ AG Vorteilswelt!**

**LINZ AG**

Mit der LINZ AG Vorteilswelt profitieren Sie von zahlreichen Vorteilen. Zusätzlich erhalten Sie bis zu 30 Gratisstromtage. Jedes Jahr, ein Leben lang.¹ Mehr auf www.linzag.at/vorteilswelt

¹Gilt solange die LINZ AG Vorteilswelt angeboten wird und bei ununterbrochener Erfüllung der notwendigen Teilnahmebedingungen durch den*die Kund*in.



TOTAL INTERNET TOTAL LIWEST