

Ausgabe 01

MÄRZ 2019

 **LIWEST**

Magazin

Der Oberösterreicher
Christian Kurz erforscht
weltweite TV-Trends

Fernsehen zählt auch in Zukunft

„LIWEST läuft“

Mit neuer App und neuer
Box einfach fernsehen,
wann und wo ich will

TV-Geräte-Trends

Die nächste Generation an
Fernsehern wird noch größer,
schärfer – und praktischer.

Die beste TV-Unterhaltung aller Zeiten.

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



Ihr persönliches Angebot unter
sky.at/liwest oder direkt bei LIWEST
unter 0800 94 24 24

Inhalt

März 2019

Fernsehen zählt auch in Zukunft

Christian Kurz

In einer weltweiten Studie hinterfragte der Experte die Bedeutung des Fernsehens.

4 – 9



Einfach fernsehen – wann & wo ich will

Mit „LIWEST läuft“ genießen LIWEST-Kunden jetzt noch mehr Komfort beim Fernsehen und Streamen.

10 – 11



Das neue Bezahlen

Immer mehr Soziale Medien und Internetdienste bieten auch eine Bezahlungsfunktion.

20 – 21



- 12** Keine Sendung mehr verpassen
- 13** Fernsehvergnügen in Vollendung
- 14** TV-Geräte noch größer, schärfer und praktischer
- 16** Was gibt es Neues in 4K?
- 18** Raum für Innovationen in jedem Maßstab
- 22** mytaxi – einfach mobil
- 23** Musik üben macht Spaß!



Die LIWEST-Geschäftsführer Stefan Gintenreiter und Günther Singer

Top-Technologie, einfache Nutzung

In den vergangenen Jahren hat LIWEST 130 Millionen Euro in den Netzausbau investiert. Für die nächsten Jahre sind weitere 40 Millionen Euro an Investitionen geplant. So sichern wir die schnellsten Internetverbindungen für alle zukünftigen Herausforderungen. Wir bieten Ihnen damit auch hochauflösendes Fernsehen in seiner schönsten Form: nämlich Fernsehen, wann und wo Sie wollen. Unser neues Produkt „LIWEST läuft“ ermöglicht Ihnen sieben Tage zeitversetztes Fernsehen auf mehr als 90 Sendern für TV- und Mobil-Geräte.

Am Kunden orientiert

„LIWEST läuft“ ist eine Plattform, die flexibles Entertainment und damit einen Mehrwert für Kunden gemäß ihrem Bedarf bietet. Dahinter steckt eine zukunftsweisende Verschmelzung von TV- und Internet-Elementen, die nur mit besonders leistungsfähigen Technologien realisierbar ist. LIWEST verbindet diese Technologieführerschaft mit dem klaren Anspruch der Benutzerfreundlichkeit. Darum haben wir auch bei „LIWEST läuft“ größten Wert auf eine einfache Navigation und eine intuitive Oberfläche gelegt.

Jetzt gratis testen!

Das gesamte LIWEST-Team arbeitet dafür, dass sich unsere Kunden im Bereich Telekommunikation gut aufgehoben fühlen. Probieren Sie es selbst und testen Sie die „LIWEST läuft“-App einen Monat gratis!

Senior Vice President Global
Viacom

**CHRISTIAN KURZ**

ist Jahrgang 1976, geboren in Vöcklabruck. Er studierte an der Wirtschaftsuniversität Wien sowie in London und begann seine berufliche Laufbahn in der Marktforschung beim ORF. Nach Stationen als Werber und Consultant arbeitete er in London unter anderem für die Walt Disney Company und Discovery Communications. 2011 wechselte er zum globalen Medienunternehmen Viacom, wo er seit 2016 als Senior Vice President, Global Consumer Insights für die Marktforschung der Marken, Sender, Web-Seiten, Apps, Vergnügungsparks u. a. zuständig ist. Christian Kurz ist verheiratet und lebt in New York.

CHRISTIAN KURZ

Fernsehen zählt auch in Zukunft

Verliert das Fernsehen im Zeitalter von Digitalisierung, Streaming-Diensten und neuen Medien an Bedeutung?

Welche Rolle das TV-Angebot in unserem Alltag spielt und welche Trends in den nächsten Jahren auf uns zukommen, erforscht der Oberösterreicher Christian Kurz für den globalen Medienkonzern Viacom.

5 Tage Fernseh-Entzug: Zu diesem wissenschaftlichen Experiment erklärten sich 150 Teilnehmer in sechs Staaten bereit. Ziel war es herauszufinden, welchen Stellenwert das Fernsehen im Alltag hat und was damit auch unterbewusst verbunden wird. Das Ergebnis lässt sich in drei zentralen Faktoren zusammenfassen: Fernsehen bringt die Menschen zusammen, bietet ihnen Entspannung und sorgt dafür, dass sie am Puls der Zeit bleiben. Den Zusammenhalt in Partnerschaft oder Familie spüren Menschen schon bei der gemeinsamen Programmauswahl und natürlich vor dem Bildschirm, ob bei einer kuscheligen Romanze, einem Kinder-Abenteuer oder einer umstrittenen Schiedsrichter-Entscheidung. Weiters bringt das TV-Gerät Entspannung, Ablenkung und Unterhaltung ganz einfach auf Knopfdruck. Schließlich kann der Zuseher verfolgen, was in der Welt los ist und dadurch am Arbeitsplatz und im Freundeskreis besser mitreden. (Mehr Infos im Kasten Seite 8)

Von Kind auf fasziniert

Hinter der Studie steckt ein Oberösterreicher. Christian Kurz verantwortet den Bereich Unternehmens- und Verbraucher-Forschung bei Viacom mit Sitz in New York. Zu diesem US-amerikanischen Medienkonzern gehören Hollywood-Gi-



Fernsehen bringt Menschen zusammen, bietet ihnen Entspannung und sorgt dafür, dass sie am Puls der Zeit bleiben.

ganten wie Paramount Pictures, TV-Sender wie MTV, Nickelodeon, Comedy Central und viele mehr sowie Internet- und Werbeunternehmen. Christian Kurz arbeitet dort seit acht Jahren, zuvor war er u. a. bei ORF, Warner Brothers und Disney. Schon als Kind war der gebürtige Vöcklabrucker fasziniert vom Fernsehen: „Ich habe das ORF-Programm rauf- und runtergeschaut. Dann war das Kabelfernsehen für mich wichtig, ich habe viel ausländisches Programm gesehen, ein großartiges Erlebnis!“ Heute bleibt ihm weniger Zeit zum Fernsehen. Am Abend verfolgt er, wenn möglich, „The Big Bang Theory“, „Modern Family“ oder „Happy Together“. Auch „Madam Secretary“ und „New Amsterdam“ gehören zu seinen Favoriten. „Fernsehzeit hab ich vor allem am Wochenende, da hole ich auf!“

Fernsehen – „das große Zelt“

Das Wort „Fernsehen“ klingt auf den ersten Blick einfach. In der Fachwelt gibt es aber viele divergierende Definitionen. „Mein Job besteht hauptsächlich darin, den Konsumenten zuzuhören und zu verstehen, wie sie denken“, erläutert Christian Kurz. „Wenn ich in meinem Job den Begriff ‚Fernsehen‘ verwende, dann meine ich jedes professionell produzierte Video-Material im Wesentlichen zwischen 5 und 90 Minuten Länge. Denn für die Konsumenten ist das alles Fernsehen, egal wie es kommt.“ Nicht in dieser Definition enthalten sind z. B. Video-on-Demand-Dienste oder privat gemachte Videoclips. „Gefühl und Realität sind in der Branche und bei den Konsumenten sehr unterschiedlich. Teil meiner Aufgabe ist es, näher an die Konsumenten heranzukommen. Unter das große Zelt ‚Fernsehen‘ passt da vieles.“

Geschichten erzählen

Vor 30 Jahren gab es nur das, was heute „lineares Live-Fernsehen“ genannt wird. Im 21. Jahrhundert kommt zu einer schier unendlichen Programmfülle noch die vielfältige Auswahl auf Abruf („Service on Demand“), wie sie auch von LIWEST angeboten wird. „Für viele bedeutet Fernsehen nach wie vor: Ich komme heim, lehne mich zurück und entzünde das ‚digitale Lagerfeuer‘ – was ich heute sehen will und worüber ich morgen reden will“, beschreibt Christian Kurz. Auch in Zukunft werde es immer beides geben: Live-Fernsehen und Angebote auf Abruf. „Lineares TV hört



Viacom investiert laufend, um die Einstellungen des TV-Publikums zu erforschen.

■ ■ Fernsehen bedeutet für viele: Ich komme heim und sehe, worüber ich morgen reden will. ■ ■ Christian Kurz



nicht wegen Demand-Services auf – so wie TV nicht das Kino zerstört hat.“ Unternehmen wie Viacom verstehen sich als gute Geschichten-erzähler. „Wir müssen herausfinden, wo wir die Geschichte am besten erzählen: lineares TV, Kabel, on demand – was ist die richtige Plattform?“ Viacom produziert vor allem für seine eigenen Sender, verkauft aber auch an andere, etwa „To All the Boys I've Loved Before“ an Netflix oder „Tom Clancy's Jack Ryan“ an Amazon.

Aktuell informieren

Einen hohen Stellenwert geben TV-Seher der Information und Dokumentation. In einigen Ländern macht Viacom auch Nachrichten. „Das ist für uns sehr wichtig. Wir wollen objektive News für alle machen“, betont Christian Kurz. Hier herrschen große Unterschiede zwischen den USA und Europa. „US-Medien haben wenige Richtlinien. Darum gibt es einseitige ‚Haus- und Hof-Sender‘ für den Präsidenten genauso wie Sender, die ihn nur kritisieren. Ich finde es sehr positiv, wenn Sender einen Neutralitäts-Auftrag erfüllen, weil es für die Konsumenten leichter wird.“ Als seine persönlichen Informationsquellen nennt Christian Kurz die CBS Evening News für die USA, die BBC News at Ten aus seiner zweiten Heimat Lon-



don sowie die ARD-Tagesschau. „Die haben auch eine gute Smart-TV-App.“ Hochwertige Dokumentationen genießen bei ihren Sehern eine hohe Wertschätzung, etwa von National Geographic, Discovery Channel, Blue Planet oder Universum. „Da wird auch viel zusammengearbeitet, weil die Dinge sehr teuer sind.“

Kuscheln und träumen

Wie fürs Hirn ist Fernsehen auch fürs Herz da. Der Kuschelfaktor bleibt uns erhalten. „Wir haben uns in einem Projekt angesehen, welche Menschen keinen Fernseher haben. Das sind zum Beispiel Studenten in einem Heim oder Menschen mit einer kleinen Wohnung in einer großen Stadt. Sobald sie eine Partnerschaft eingehen, legen sie sich meist auch einen großen Bildschirm zu, um gemeinsam zu schauen und darüber zu reden“, schildert Christian Kurz. Bei jungen Menschen zeigen sich Veränderungen im Medienverhalten genauso wie in ihren Lebensentwürfen. Ein Musterbeispiel sind Casting Shows. „Die gab es schon immer. Neu ist der Glaube, dass man damit Karriere machen kann“, analysiert Christian Kurz. Noch stärker sei der Traum vom Leben als Blogger oder als YouTuber. „Wichtig ist zu differenzieren, dass vieles Unterhaltung und kein Karriereprungbrett ist. Medienkonsum will gelernt werden.“

Ereignisse miterleben

Massiv verändert hat sich die TV-Technologie. „Größere Bildschirme sind einfach attraktiver, machen Fernsehen besser erlebbar“, weiß Christian Kurz. „Bei Sport-Events, großen Shows oder Award-Shows passiert so viel, was ich sehen will.“ HD-TV oder 4K-Auflösung haben große Bildschir-

PERSÖNLICH

Christian Kurz

ZEHN FRAGEN & ANTWORTEN

Wohin würden Sie morgen früh verreisen?

Nach Kuba, bevor es sich stark verändert

Lieblingsmenü im Lieblingslokal?

Lasagne, aber norditalienisch mit Béchamel, nicht mit Ricotta wie in den USA

Feueralarm: Was retten Sie?

Mein Telefon und meinen Reisepass, ansonsten ist vieles ja digitalisiert

Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Solche, die nicht mit Absicht gemacht werden

Welches Talent würde man Ihnen nicht zutrauen?

Kochen, neben italienisch auch österreichisch, wie Schnitzel, Fleischlaberl, Gröstl oder Schwammerlsauce

Welche Internetseite besuchen Sie nicht für Ihren Beruf?

Nachrichtenseiten, auch aus Österreich, und Vielflieger-Programme

Wann waren Sie am glücklichsten?

Jetzt

Welche Erfindung bewundern Sie am meisten?

Internet – es hat das Leben fundamental verändert.

Mit wem möchten Sie an der Hotelbar etwas trinken?

Mit Bruno Kreisky

Und worüber reden?

Die Welt – wie – was – wo?

ZEHN SÄTZE ERGÄNZEN

In meinem Kühlschrank findet sich immer

... Schokolade.

Thema des letzten Tischgesprächs

... waren die Einreisebedingungen von Kanada.

Ich wäre gern für einen Tag

... Lady Gaga – das muss eine ganz andere Welt sein.

Meine größte Schwäche ist

... Schokolade.

An meinen Freunden schätze ich am meisten

... Ehrlichkeit und dass sie immer da sind.

Meine Lieblingsbeschäftigung ist

... Fernsehen.

Mein wichtigster Lehrmeister

... waren meine Lehrer an Gymnasium und Universität.

Meine Lieblingssendung im Fernsehen ist

... „The Good Fight“.

Am meisten verabscheue ich

... Zeitverschwendung.

Ich bin erfolgreich, weil

... ich hart daran arbeite.

Zusammenhalt, Entspannung und Information

Für die Viacom-Medienstudie „TV Matters“ wurden 150 Studienteilnehmer aus Argentinien, Australien, Kanada, Spanien, Großbritannien und den USA gebeten, fünf Tage lang ohne die Dienste ihres TV-Anbieters zu leben. Während dieser Zeit durften sie keine frei empfangbaren Sender, kein Kabel-TV oder Pay-TV, kein TV-on-Demand und keine Apps nutzen. Nur Video-on-Demand-Dienste wie Netflix, Amazon, Hulu usw. waren gestattet. Nach fünf Tagen wurde die Ausgangslage umgekehrt und den Teilnehmern nur TV-Angebote erlaubt.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie:

- Der Verzicht aufs Fernsehen fiel den Probanden viel schwerer als der Entzug von Netflix & Co.
- TV bringt den Zuschauern sofortige Befriedigung. Der Entscheidungsdruck, erst zu wählen, was man sich anschauen möchte, entfällt und sorgt für ein einfaches und entspanntes Unterhaltungserlebnis. Auswahl und Konsum von Video-on-Demand-Diensten hingegen erfordern mehr Aufmerksamkeit der Zuschauer.
- Fernsehen wird als vielseitig erlebt und ermöglicht dem Zuschauer, in ganz unterschiedlichen Momenten und Stimmungen einzuschalten.
- TV informiert die Zuschauer über die Ereignisse und das Geschehen in der Gesellschaft. Wer nur Video-Dienste konsumiert, bleibt nicht am Puls der Zeit.
- Fernsehen bringt die Menschen zusammen. Häufig wird in Familie oder Partnerschaft gemeinsam geschaut und darüber geredet.

Video-Tipp mit Teilnehmern der Studie:

„TV Matters – Final Film“ auf vimeo.com (6 Minuten, englisch)

me erst sinnvoll gemacht. Trotzdem bleiben kleine Bildschirme auch in Zukunft wichtig, entweder weil einfach kein großer Bildschirm da ist, weil ein solcher bereits von einem anderen Familienmitglied benutzt wird, weil der Nutzer unterwegs ist mit Laptop oder Smartphone oder weil er mehr Privatsphäre möchte, etwa in den Teenager-Jahren. Die technologische Vielfalt bringt auch neue Herausforderungen. „Manche Menschen haben drei Fernbedienungen zur Auswahl für dasselbe Video“, schildert Kurz. „Sie haben weniger Stress bei der Frage ‚Was anschauen?‘ als bei der Frage ‚Wie?‘“ Derselbe Inhalt steht neben dem Live-Fernsehen auch über Mediatheken, mittels Box des Kabelanbieters oder Video-on-Demand-Dienste zur Verfügung.

Inhalte zusammenführen

Für die nächsten Jahre sieht Christian Kurz drei große Trends, die sich in der US-Fernsehlandschaft bereits abzeichnen und auch nach Österreich kommen werden. Zum Ersten die Zusammenführung von Inhalten und Technologien. Das Fernsehprogramm früher war einfach in einer zeitlichen Abfolge sortiert. Heute dagegen ist das Angebot überwältigend und sehr unüber-



■ Größere Bildschirme machen Fernsehen besser erlebbar. ■

Christian Kurz

sichtlich. Auch eine Vielzahl von Apps hilft dagegen wenig. „Es ermüdet die Leute, dass sie so viele Möglichkeiten haben“, sagt Kurz. In den großen US-Unternehmen hat daher ein Umdenken begonnen. Viacom etwa bereitet die Zusammenlegung von verschiedenen Apps und Inhalten zu nur einer App vor, um den Konsumenten einen besseren Überblick zu bieten. Dieser „Trend zur Aggregation“ werde auch nach Europa und Österreich kommen, so der Experte. Derzeit laufen etwa in Großbritannien und Frankreich Gespräche unter führenden TV-Sendern mit dem Ziel, jeweils eine gemeinsame nationale Mediathek aufzubauen.

Unternehmen zusammenlegen

Gleichzeitig erfahren die großen Unternehmen selbst einen Trend zur Zusammenlegung. Mit Ende 2017 wurde die Übernahme des Medienkonzerns TimeWarner durch den Telekommunikationskonzern AT&T abgeschlossen – zu einem Preis von 85 Milliarden Dollar. Zu der Gruppe gehören das legendäre Hollywood-Studio Warner Brothers genauso wie der Nachrichtensender CNN und weitere TV-Kanäle. Aktuell steht der Disney-Konzern vor der Übernahme von 21st Century Fox – für eine kolportierte Summe von 71 Milliarden Dollar. „Die stärkere Vernetzung über Branchen hinweg bringt für den Konsumenten mehr Innovationen und Produkte“, analysiert Christian Kurz und verweist auch auf aktuelle Fusionen von Kabelunternehmen in Deutschland.

Auf allen Geräten schauen

Der dritte Trend geht in Richtung noch mehr Flexibilität in der Fernsehgestaltung. Das Zauberwort lautet „Over-the-Top“ (OTT) – auf gut deutsch etwa „über den Kopf hinweg“. Damit werden Inhalte ohne fixen Provider auf allen internetfähigen Endgeräten zugänglich. Während Nutzer heute etwa bei Netflix, Amazon Prime und anderen Unternehmen mit Bindung und Bezahlung konsumieren, können sie per „Over-the-Top-TV“ vielfältige Inhalte aus dem Internet großteils kostenfrei und nach Belieben am Smartphone genauso wie am TV-Gerät sehen. Die Technologie steht im deutschsprachigen Raum allerdings erst am Anfang; beispielsweise brachte sich die Deutsche Telekom im vorigen Herbst als Anbieter in Position.

Konsumenten verstehen

Die abschließende Frage nach seiner persönlichen Zukunft bezeichnet Christian Kurz als schwierig. „Die Welt verändert sich wahnsinnig schnell und mit ihr das Konsumentenverhalten. Meine Aufgabe, dieses zu erforschen, wird sicher nicht langweilig. Ich würde gerne genau das weitermachen und kann mir gut vorstellen, auch in zehn Jahren in Amerika zu sein.“ Nachdenklicher Nachsatz: „Wir haben aber auch überlegt, wieder zurück nach Europa zu gehen, eventuell erst in zwanzig bis dreißig Jahren. Vielleicht ist das dann eine ‚Insel der Seligen‘ ...“



Zu Viacom mit Sitz in New York gehören u. a. Paramount Pictures, TV-Sender wie MTV, Nickelodeon und Comedy Central sowie Internet- und Werbeunternehmen.



FERNSEHEN

Einfach fernsehen – wann und wo ich will

Mit dem neuen Produkt „LIWEST läuft“ bietet LIWEST jetzt noch mehr Komfort beim Fernsehen und Streamen.

„LIWEST läuft“ bedeutet: Jederzeit und überall fernsehen, zeitversetzt und bis zu sieben Tage zurück – einfach keine Sendung mehr verpassen.

Das TV-Angebot ist heute schier unüberschaubar. Laut Studien sehen wir in Österreich täglich bis zu 186 Minuten fern, diese Zahl steigt seit Jahren konstant. Unsere liebste Fernseh-Zeit ist 21 Uhr, und am Sonntag sitzen wir besonders lange vor dem Schirm. Viele Fernsehsender betreiben mittlerweile Mediatheken, auf denen einzelne ausgewählte Sendungen auch im Nachhinein abgespielt werden können. Doch auch damit lassen sich Alltag und Fernseh-Vorlieben nicht immer vereinbaren: Das Grillfest ist am selben Abend wie die große Sportübertragung, die Freundin ruft zu Beginn des Hauptabend-Krimis an, zwei spannende Dokus laufen zur gleichen Zeit, die Familienmitglieder können sich nicht auf eine Serie einigen. Wie soll man da den Überblick behalten und nichts Wichtiges verpassen?

LIWEST läuft bietet flexibles Entertainment und einen Mehrwert für Kunden.

Stefan Gintenreiter,
LIWEST-Geschäftsführer

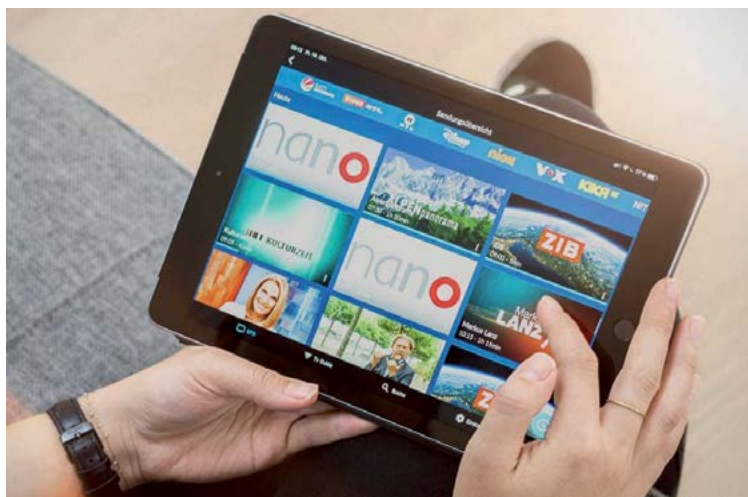
Die neue App „LIWEST läuft“ können LIWEST-Internet-Kunden für Fire TV, Apple TV, Smartphones und Tablets herunterladen und einen Monat gratis testen.

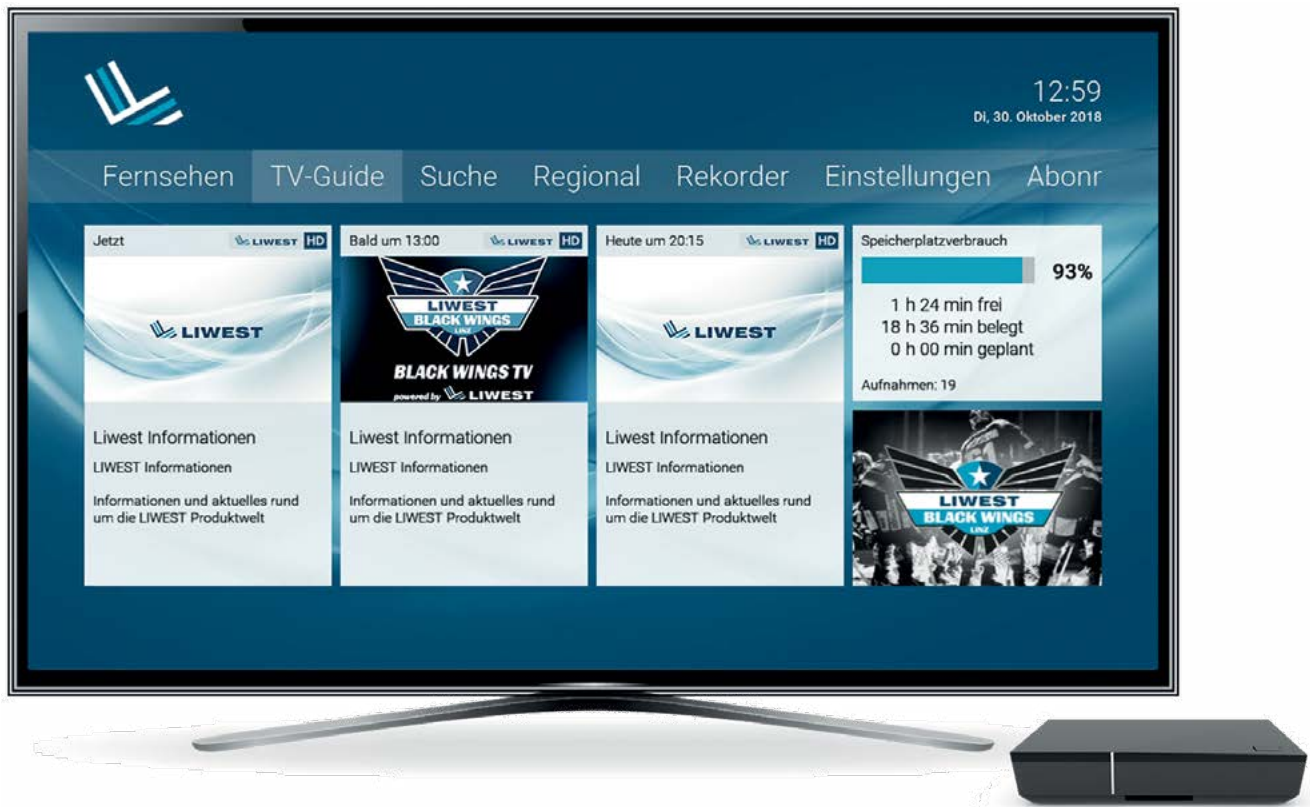
Die App: Einfach und bequem alles sehen

Die neue Devise des Publikums lautet: „Wir schauen, was wir wollen, wann wir wollen, wo und wie wir wollen.“ Darauf bietet LIWEST eine optimale Antwort. „LIWEST läuft“ ermöglicht sieben Tage zeitversetztes Fernsehen auf mehr als 90 Sendern, viele davon in HD. Das neue Produkt „LIWEST läuft“ ist im Grunde ein privates Fernseh-Archiv über eine zeitgemäße App, die bequem und schnell bedient wird. „LIWEST läuft“ können LIWEST Internet-Kunden ab sofort für Smartphones und Tablets, aber auch für Fire TV und Apple TV herunterladen und ein Monat gratis testen. Per einfacher Navigation und benutzerfreundlicher Oberfläche greift man ortsunabhängig auf das Senderangebot zu. Die Inhalte werden sieben Tage lang gespeichert und können jederzeit abgespielt oder aufgenommen werden.

Die Box: Fernsehvergnügen vom Feinsten

Neben der App bietet die eigens entwickelte „LIWEST läuft“-Box mit modernem Design, intuitiver Benutzeroberfläche und extrem kurzen Umschaltzeiten modernstes Fernsehvergnügen. Der inkludierte Online-Recorder ermöglicht unkompliziertes Aufnehmen von ganzen Serienstaffeln auf Knopfdruck. Alle Aufnahmen können dauerhaft gespeichert und jederzeit abgerufen werden. Die neue Box ist 4K-fähig. „Mit der ‚LIWEST läuft‘-App und der ‚LIWEST läuft‘-Box setzen wir für unsere Kunden neue Maßstäbe. Fernsehen, wann und wo sie wollen. Damit reagieren wir auf die Bedürfnisse unserer Kunden, die immer mobiler und flexibler werden“, betont Geschäftsführer Mag. Günther Singer.





Plattformen sind die Zukunft

Geschäftsführer DI Dr. Stefan Gintenreiter ist überzeugt, dass Plattformen die Zukunft sind. Gerade in den Bereichen Shopping, Entertainment und Social Media beeinflussen und verändern sie das Leben von Menschen weltweit und nachhaltig. „Als innovatives Unternehmen war es uns wichtig, unsere Produktpalette weiterzuentwickeln und den Bedarf unserer Kunden zu bedienen. ‚LIWEST läuft‘ ist eine Plattform, die flexibles Entertainment und damit einen Mehrwert für Kunden bietet“, so Stefan Gintenreiter.

Regionale Partner für die Umsetzung

Als Telekommunikationsunternehmen bietet LIWEST seinen über 131.000 Kunden vor allem Nähe, Service und beste Kundenberatung. „Wir sind mit unseren kompetenten Mitarbeitern der Experte, der sich Zeit nimmt und neue Technologien erklärt. Durch unsere Produktpalette öffnen wir unseren Kunden das Tor zur digitalen Welt. Mit ‚LIWEST läuft‘ erweitern wir diese um ein innovatives Produkt“, so Günther Singer. Nähe schätzt man auch bei den eigenen Geschäftspartnern. „LIWEST läuft“ wurde gemeinsam mit dem oberösterreichischen IPTV-Spezialisten Ocilion entwickelt und umgesetzt. Durch die regionale Zusammenarbeit heimischer Experten entstand eine innovative Lösung. Das Rieder Software-Unternehmen wurde 2004 gegründet und ist im gesamten deutschsprachigen Raum tätig.

„LIWEST läuft“ auf einen Blick

DIE IDEE:

Das innovative Produkt „LIWEST läuft“ ermöglicht sieben Tage lang zeitversetztes Fernsehen auf mehr als 90 Sendern, davon fast die Hälfte HD-Sender.

DIE APP:

Dieses Erlebnis bietet die neue „LIWEST läuft“-App – unabhängig von Zeit und Ort. Das funktioniert einfach und benutzerfreundlich auf Tablets, Smartphones, Fire TV und Apple TV.

DIE BOX:

Mit der zusätzlichen „LIWEST läuft“-Box können unbegrenzt viele Sendungen gleichzeitig aufgezeichnet werden. Man kann mit App und Box parallel auf drei Geräten fernsehen. Hervorzuheben sind auch die schnellsten Umschaltzeiten.

DIE VORAUSSETZUNG:

Ein aktuelles Internet- und Fernsehen-Produkt von LIWEST, z.B. Kati!+ für die „LIWEST läuft“-Box inklusive App, oder ein aktuelles Internet-Produkt von LIWEST für die „LIWEST läuft“-App, z.B. Internet Solo.



FERNSEHEN

Keine Sendung mehr verpassen mit der „LIWEST läuft“-App

Sie haben gestern Ihren Lieblingsfilm verpasst? Das weltbewegende Sportereignis wird leider live um 3 Uhr morgens übertragen? Lehnen Sie sich zurück. Alles, was Ihnen die letzten sieben Tage an Fernsehen geboten hätten, können Sie mit „LIWEST läuft“ bequem nachholen. Und das sowohl auf dem Fernseher wie auch am Smartphone oder Tablet.

Live-TV anhalten

Sie möchten den Kindern „Gute Nacht“ sagen, es ist aber gerade so spannend? Sie hätten ganz akut Lust auf ein Joghurt? Mit „LIWEST läuft“ halten Sie einfach die aktuelle Live-Sendung an. Während Ihrer Pause zeichnet „LIWEST läuft“ automatisch weiter auf. Wenn Sie dann wieder starten, sehen Sie die Sendung genau ab der Sekunde, wo Sie vorher angehalten haben – Sie verpassen nichts! Wenn die Pause zu lange war, kann man den Film einfach zurückspulen und zum Beispiel bei der vorigen Szene nochmals einsteigen. Die Bildqualität nach der Pause ist genau so gut wie das Live-Bild vorher!

Einfache Bestellung

Die „LIWEST läuft“-App (ein Monat gratis, monatlich kündbar) ist für iOS- und Android-Geräte, Amazon Fire TV und Apple TV verfügbar. Voraussetzung ist ein aktuelles Internet- und Fernsehprodukt oder ein Internet-Produkt von LIWEST. Für Internet- und Fernsehkunden von LIWEST stehen für nur Euro 3,90 mehr als 90 digitale Fernsehsender bereit, darunter mehr als 40 HD-Sender. Für Internet-Solo-Kunden von LIWEST sind um Euro 7,90 mehr als 50 digitale Fernsehsender verfügbar, darunter mehr als 20 HD-Sender.

Bestellung telefonisch unter +43 732 94 24 24 oder über mein.liwest.at

Schnell, bequem und doppelt gut

Sie haben kein Technikstudium absolviert? Sie wollen, dass es schlicht funktioniert? „LIWEST läuft“ bietet eine wirklich einfache Bedienung, schnellstes Umschalten zwischen Sendungen, Sendern und Betriebsweisen, und die App ist auf zwei Geräten gleichzeitig nutzbar. In Zukunft können Sendungen auch mit der App (Fire TV, Apple TV, iOS, Android) aufgenommen und abgerufen werden.



www.liwest.at bringt alle Informationen und ein praktisches Erklär-Video.

FERNSEHEN

Fernsehvergnügen in Vollendung mit der „LIWEST läuft“-Box

Eine Beziehungs- oder Familienkrise droht, weil der eine Sender eine spannende Sportübertragung, der andere einen Kultfilm und der dritte eine tolle Dokumentation zeigt? Mit der „LIWEST läuft“-Box stehen insgesamt drei gleichzeitig nutzbare Streams mit jeweils über 90 Fernsehsendern zur Verfügung. Außerdem lassen sich unbegrenzt viele Sendungen gleichzeitig aufzeichnen – die Nutzer sehen sie dann, wann und wie sie Zeit und Lust haben.

Online aufzeichnen

Sie möchten Ihren Lieblingsfilm immer wieder einmal sehen? Sie wissen nicht, welche Serienfolge Sie sehen werden und welche vielleicht nicht? Der Onlinerecorder der „LIWEST läuft“-Box hat 20 Stunden Speicherplatz inkludiert und lässt sich auf Wunsch auch optional auf 100 Stunden erweitern. Damit kann man gezielt einzelne Sendungen aufnehmen oder auf Knopfdruck gleich ganze Serienstaffeln programmieren, damit man keine Folge mehr verpasst. Aufgenommene Sendungen können so lange archiviert werden, wie man das Abo der „LIWEST läuft“-Box hat.

Bequeme Nutzung

Dank der intuitiven Benutzeroberfläche der „LIWEST läuft“-Box geht modernes Fernsehen ganz einfach. Der Premium-TV-Guide unterstützt das Programmieren von Aufzeichnungen und die Suche nicht nur nach Sendungen, sondern auch nach Schauspielern oder anderen Stichwörtern. Voraussetzung ist die „LIWEST läuft“-App.

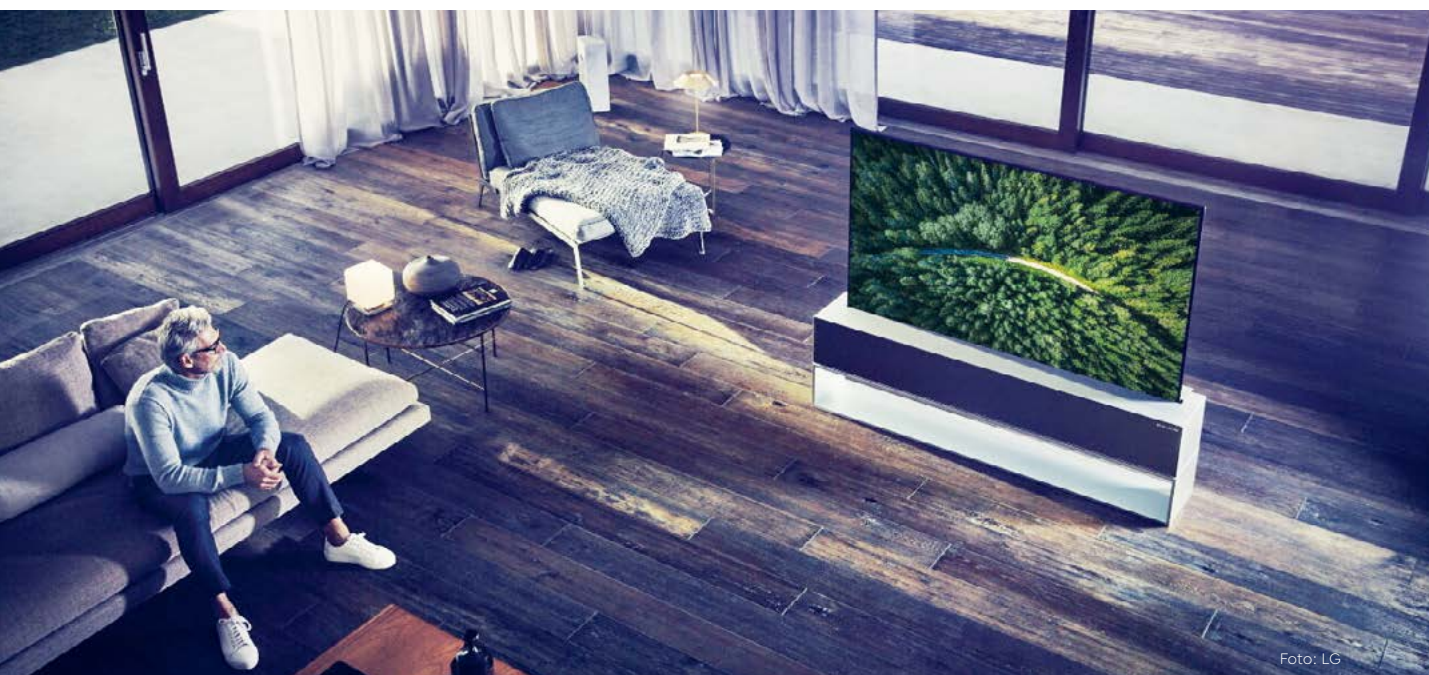
Die „LIWEST läuft“-Box ist nur für LIWEST-Internet- und Fernsehkunden bzw. Kati!+Kunden um Euro 3,90 pro Monat zusätzlich zur App buchbar.

Perfektes Bild, perfekter Ton

Sie glauben an die Zukunft? Die „LIWEST läuft“-Box ist 4K-fähig. Damit ist man für Fernsehen in der bestmöglich verfügbaren Bildqualität in Zukunft gerüstet. Immer mehr große Sportereignisse, Spielfilme und Serien werden in ultrahoher Auflösung produziert (mehr Informationen zu aktuellen TV-Trends auf den folgenden Seiten). „LIWEST läuft“-Box und -App arbeiten auch zusammen: Ändert man beispielsweise die Senderreihung auf der „LIWEST läuft“-Box, werden die Änderungen auch automatisch in der App übernommen und umgekehrt.



Tom von LIWEST zeigt, wie die „LIWEST läuft“-Box funktioniert.



FERNSEHEN

TV-Geräte noch größer, schärfer und praktischer

Auf der richtungsweisenden Elektronikmesse in Las Vegas standen heuer nicht Roboter oder selbstfahrende Autos im Mittelpunkt, sondern die nächste Generation an Fernsehern. Bei Auflösung, Größe und Preis scheint es nach oben keine Grenzen zu geben.

Die weltgrößten TV-Geräte-Hersteller Samsung und LG kommen aus Südkorea. Beide haben kürzlich auf der führenden Fachmesse „Consumer Electronics Show“ (kurz CES) im amerikanischen Las Vegas ihre aktuellen Giganten der Bildqualität präsentiert. Die neuen Flachbildschirme haben 8K-Auflösung, das bedeutet gegenüber den bereits bekannten 4K- bzw. UHD-Geräten vier Mal so viele Bildpunkte, gegenüber den weit verbreiteten Full-HD-Geräten sogar 16 Mal so viele Pixel. Der Einwand, dass in der zukunftsweisenden 8K-Auflösung heute noch gar keine brauchbaren Inhalte zur Verfügung stehen, beeindruckt Fachleute

Vor zehn Jahren wurde auf HD umgestellt. Heute steht 4K bzw. UHD vor der Tür. Und morgen kommt 8K.

wenig. Denn es ist noch keine zehn Jahre her, dass TV-Sender auf die damals schier unübertrefflich scharfe HD-Technologie umgestellt haben. Die technische Qualität des Contents hat sich in den vergangenen Jahren Schritt für Schritt der zunehmenden Auflösung angepasst.

LG: Fernseher zum Aufrollen

LG hat seinen aufrollbaren Bildschirm weiterentwickelt und dem Gag einen Nutzen gegeben, für den es in der Fachpresse den meisten Applaus gab. Der superflache „Signature OLED TV R“ kann in einen schmalen Sockelkasten nunmehr komplett eingerollt werden, quasi wie einst Opas Dia-Leinwand. Auf Knopfdruck

wird der Fernseher nach oben ausgefahren und kann unterschiedliche Höhen und damit Formate zeigen, von der bunten Fotoleiste übers Kinoformat 1,85:1 bis auf 16:9. Im Sockelkasten steckt dazu ein 4.2-Soundsystem mit 100 Watt Ausgangsleistung. Außerdem kündigte LG einen 88 Zoll großen OLED-TV an, der mit 8K auflöst und einen Lautsprecher im Bildschirm integriert hat. Preise und Termine sind für beide Produkte noch unbekannt.

Samsung: Bildschirm in Kinodimension

Nachdem LG mit seiner OLED-Technologie (organische Leuchtdioden) zuletzt Maßstäbe in der Bildqualität gesetzt hat, macht Samsung seine MicroLED-Geräte serienreif. Deren Bildschirm besteht aus mikroskopisch kleinen Leuchtdioden, die jeweils einem einzelnen Bildpunkt entsprechen. Samsungs Aushängeschild dazu ist „The Wall“ (Die Wand): ein 146 Zoll großer Flachbildschirm für inzwischen unter 80.000 Euro. Wenn auch nicht für jedermanns Wohnzimmer geeignet, hat die Technologie doch ein neues Kino-Erlebnis erschaffen. Dazu werden Bildschirme neben- und übereinandergestellt wie eine Ziegelwand. Weltweit sind rund zwanzig Kinos mit dem System ausgestattet, eines davon in Österreich (Cineplexx Wienerberg). Fabelhafte neun Millionen LED-Pixel

bespielen eine Fläche von 55 Quadratmetern. Dabei haben die Pixel einen Abstand von nur 2 Millimetern.

Japan: Riesenbild, Topton

Auch die Japaner können die neue Auflösung produzieren. Sony zeigte erstmals einen 8K-Fernseher mit stolzen 98 Zoll (etwa zweieinhalb Meter), setzt dabei aber auf eine LCD-Technologie. Die kleinere Version misst 85 Zoll. Vorgestellt wurden außerdem drei neue OLED-Fernseher mit 55, 65 und 77 Zoll Bildschirmdiagonale. Wie viel die Geräte kosten sollen, sagte Sony noch nicht. Panasonic stellte einen neuen 4K-OLED-Bildschirm vor, der von Hollywood-Technikprofis in Bild- und Tonqualität optimiert wurde. Das integrierte Audiosystem liefert besten raumfüllenden Sound mit Dolby Atmos.

TCL: Künstliche Intelligenz im TV-Gerät

Der chinesische Hersteller TCL präsentierte ähnliche Qualitäten, verbunden mit Künstlicher Intelligenz. Sein neuer 8K-Fernseher unterstützt ebenfalls Dolby Atmos für hochwertigen Heimkino-Klang. Der Fernseher bietet außerdem vielfältige intelligente Funktionen mit Android TV samt integriertem Google Assistant. In Europa ist die Markteinführung des Geräts für die zweite Jahreshälfte geplant, der Preis ist noch nicht bekannt.

Apple: Kooperation mit Samsung

Nahezu revolutionär ist schließlich die Topmeldung von Apple: Der Konzern trennt sich anscheinend von der Philosophie, exklusive eigene (TV-)Geräte zu bauen und kooperiert mit der Konkurrenz. iTunes, die Apple-Plattform für Musik, Filme und TV-Serien, gibt es neuerdings auch auf Samsung-TV-Geräten. Außerdem kann man Inhalte von iPhone oder iPad per Apple-Standard AirPlay 2 demnächst auch auf Bildschirmen von Samsung, LG und Sony nutzen. Darüber hinaus funktioniert Apple Music nun auch auf Amazon-Echo-Geräten.



Foto: LG

Der neue superflache LG-Fernseher kommt aufgerollt in einem schmalen Sockel und kann auf verschiedene Höhen nach oben fahren.

FERNSEHEN

Was gibt es Neues in 4K?

Hochauflösendes Fernsehen ist heute die Regel. Vor der Tür steht jetzt „Ultra-HD“ bzw. „4K“ mit annähernd vier Mal so hoher Auflösung wie HD-TV. Das Angebot im Fernsehen sowie bei Streaming-Diensten, Spielen und Geräten wächst.



Foto: istockphoto

Was bedeutet Ultra-HD oder 4K?

Ultra-HD oder kurz UHD ist der Nachfolger des Full-HD-Standards. Eine Verdoppelung der Pixelzeilen von 1080 auf 2160 sowie der Pixelspalten von 1920 auf 3840 bedeutet insgesamt eine Vierfachung der gesamten Bildpunkte von rund 2 auf etwa 8 Millionen. Diese „Ver-4-Fachung“ wird auch mit „4K“ abgekürzt. Mit der höheren Auflösung sind auch bessere Farben, Kontrast oder Brillanz verbunden.

Alle großen Hersteller verkaufen inzwischen die unterschiedlichsten TV-Geräte mit ultrahoher Auflösung (siehe vorige Seiten). Auch die neue „LIWEST läuft“-Box ist 4K-fähig. Die großen Fernsehsender setzen auf Sportereignisse in 4K. Im Mittelpunkt stehen dabei die nächsten olympischen Spiele oder die Fußball-Weltmeisterschaft 2022. Der führende Sport-Produzent Bill Scanlon sagt, dass 4K-Bildtechnologie dem Betrachter viel mehr für das Auge bietet, um ihn zu unterhalten. „Was ich bei 4K wirklich aufregend finde, ist jedes Knurren, jede Emotion auf den Gesichtern der Spieler sehen zu können – etwas, das mit HD-Bildqualität einfach nicht möglich ist.“ Andere Sender befassen sich mit Formel-1-Rennen in 4K, dem Fußball-Confederations Cup oder mit Rugby-Spielen.

Über Hundert neue 4K-Filme im Monat

Jeden Monat wächst die Auswahl an 4K-Inhalten von Netflix und Amazon Prime Video. Für Netflix-Abonnenten bedeutet alleine der März 2019 gleich 60 neue Filme in 4K.

Darunter sind Toptitel wie „Jurassic Park 1–3“, „X-Men Apocalypse“, „Die Bourne Quadrology“, „Pirates of the Caribbean: Salazars Rache“, „Ich – einfach unverbesserlich 1+2“ oder „Independence Day 2“. Weiters stehen 30 Serien in 4K zur Verfügung, unzählige Dokumentationen, Comedy und Kinderprogramme. Amazon Prime Video präsentiert etwa „Ich – Einfach unverbesserlich 3“ als neuen 4K-Film, aber auch „Utøya: 22. Juli“, die Verfilmung des brutalen Massakers auf der gleichnamigen norwegischen Insel im Jahr 2011. Neu gibt es die ersten beiden Staffeln von „Meister Eder und sein Pumuckl“ und „American Gods – Staffel 2“. Zu den 4K-Neuigkeiten auf iTunes gehören „Creed II – Rockys Legacy“ und „The Lego Movie 2“, aber auch 4K-Restmaster etwa von „Die Klapperschlange“ oder „The Fog – Nebel des Grauens“.

4K für Spielekonsolen und Bluray

Neben führenden Streaming-Diensten setzen auch Spielekonsolen auf ultrahohe Auflösung. Freunde der Xbox freuen sich aktuell über „Adventure Time: Pirates of the Enchiridion“, „Star Wars: Republic Commando“, „Metal Gear Rising: Revengeance“ oder „Plants vs. Zombies: Garden Warfare 2“. Für PlayStation-Plus-Abonnenten gibt es seit Kurzem „Call of Duty: Modern Warfare“ und „The Witness“. Neu auf 4K Bluray erschienen sind „Bohemian Rhapsody“ mit Oscar-Gewinner Rami Malek, „Aufbruch zum Mond“ mit Ryan Gosling oder die 4K-Restauration von „Schindlers Liste“.

Mehr Neuigkeiten unter www.4kfilme.de

Läuft!

TV – wann und wo ich will.



ab **€ 3,90***
PRO MONAT

- 7 Tage Fernsehen nachholen
- mobil und am TV
- für alle LIWEST Internet Kunden
- Serien automatisch aufnehmen

Bei LIWEST läuft Box bis zu 100 h aufnehmen!

TECHNOLOGIE

Raum für Innovationen in jedem Maßstab

Die „Strada del Start-up“ in der Linzer Tabakfabrik will kreative Köpfe und potenzielle Investoren zusammenbringen. Die neue „Grand Garage“ bietet großzügigen Raum für Experimente.

Die Strada del Start-up im zweiten Stock der Tabakfabrik sieht aus wie eine richtige Straße, mit Plätzen zum Verweilen, Straßenschildern, Graffiti-Kunst, einem Marktplatz und einem Park samt Hollywoodschaukeln. Die bunt gestaltete Straße führt vom Quartier des Business-Angel-Netzwerks Startup300 über Büro-„Parzellen“ bis zur „Grand Garage“. Entlang eines 230 Meter langen Ganges reißen sich Büro-Einheiten, die jeweils ungefähr 24 Quadratmeter umfassen und vier Arbeitsplätze bieten.

Vom ersten Schreibtisch zum Büro

Das Angebot für Gründer beginnt mit einzelnen Schreibtischplätzen auf Zeit und geht bis zu eigenen Büros. Größere Einheiten haben Platz für etwa zehn bis 14 Schreibtische. Die Büromiete für Start-ups reicht von 100 bis 600 Euro monatlich, für Großunternehmen gibt es Büros ab 2.400 Euro. Zusätzlich zum Büro können auch öffentliche Flächen mit Telefonboxen und Meeting-Räumen genutzt werden, auch Veranstaltungen sind möglich. Das um etwa eine Million Euro geschaffene Projekt umfasst insgesamt 5.600 Quadratmeter und Raum für rund 300 Beschäftigte.

Heimische Talente sind gefragt

Benachbart zu den Start-ups haben sich auch die ersten etablierten Firmen angesiedelt, die aufstrebende Talente suchen. Dazu gehören FACC, Fill Maschinenbau, Vivatis oder Strabag. Die Stadt Linz als Eigentümer der früheren „Tschickbude“ arbeitet hier gut mit dem Land zusammen, konkret mit der Info- und Service-Plattform Creative Region Upper Austria sowie dem Start-up-Inkubator tech2b und natürlich mit dem Start-up-Campus factory300.



Foto:Tabakfabrik Linz

Günstige Arbeitsräume für Gründer und ein Umfeld unter Gleichgesinnten

In der „Strada del Start-up“ gibt es alles, was das Gründerherz begehrt: Vom ersten Schreibtisch bis zur Produktionshalle für einen Prototypen.

Viel Platz zur Produktentwicklung

Neu eröffnet wurde kürzlich die „Grand Garage“, eine Innovationswerkstatt für Menschen, Wissen und Technologie im Magazin 3 der Tabakfabrik Linz. Drei Stockwerke und insgesamt 4.000 Quadratmeter Nutzfläche bilden den räumlichen Rahmen, dazu kommen jede Menge hochprofessionelle Maschinen für den Prototypenbau und eine lebendige Community, die ihre „Garage“ als Geburtsstätte großer Ideen und als Ort des lustvollen Experimentierens begreift.

Mehr unter tabakfabrik-linz.at

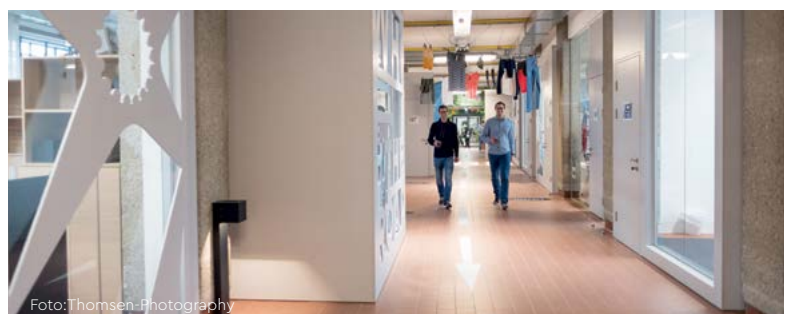
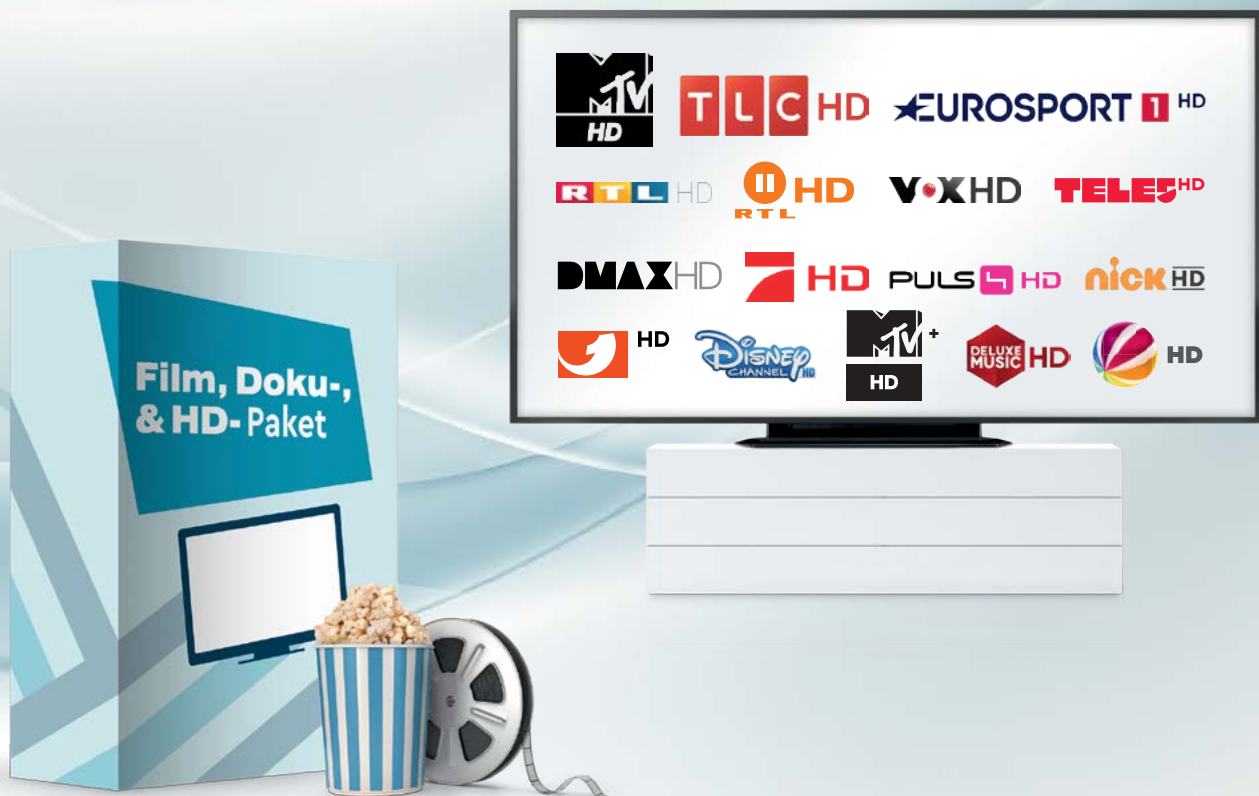


Foto:Thomsen-Photography

LIWEST-Fernsehkunden aufgepasst

Jetzt **TV-Themenpaket "Film-, Doku- und HD"**
2 Monate gratis testen*!

Einfach zwischen 8.4. und 22.4.2019 anrufen und
bestellen: ☎ **0800 94 24 24**



Mehr Infos unter liwest.at/paket

* Aktion gültig für alle LIWEST-Fernsehkunden, die noch kein TV-Themenpaket „Film-, Doku- & HD“ gebucht haben. Aktion gültig bis 22.4.2019. Nicht mit anderen Aktionen und Rabatten kombinierbar. Das Paket muss unter Einhaltung einer einmonatigen Kündigungsfrist mit Wirkung zum Letzten eines Kalendermonats schriftlich gekündigt werden. Das „Film-, Doku- & HD-Paket“ kostet ab dem 3. Monat € 12,90 / Monat. Nähere Infos unter liwest.at/paket.

INTERNET

Das neue Bezahlen

Immer mehr Soziale Medien, Internet-Dienste und -Geräte bieten ihren Nutzern jetzt auch Bezahlfunktionen.

Wir Österreicher sind eine Bargeld-Nation und Bankomat-Europameister: Auf zehntausend Einwohner kommen bei uns zehn Bankomaten, bei den Deutschen nur sieben, bei den Schweden gar nur drei. Das bequeme kontaktlose Bezahlen mit Bankomatkarte wurde vor inzwischen sechs Jahren eingeführt, überzeugt viele Österreicher aber nach wie vor nicht. Kein Wunder, dass wir auch bei mobilen Bezahldiensten übers Internet, etwa per Smartphone oder Wearable, zurückhaltend sind. Dagegen bezahlen Internetnutzer in vielen Nachbarländern neben klassischen Bezahldiensten schon längst auch mit Apple Pay und Google Pay.

Garmin: Bezahlen per Smartwatch

Erstmals kann man in Österreich aber jetzt mit einer Smartwatch bezahlen. Der Sportuhren-Hersteller Garmin realisiert seine Bezahlösung Garmin Pay zusammen mit heimischen Banken. Nutzer mit einer kompatiblen Garmin-Uhr können eine Kreditkarte digital speichern und bei allen NFC-fähigen Terminals verwenden (Lesegeräte für kontaktloses Bezahlen per Bankomat- oder Kreditkarte). Die Nutzung der Bezahlösung ist kostenlos. Anders als beim Bezahlen mit einer physischen Karte muss man zur Durchführung der Transaktion nicht den Karten-Code am Terminal eingeben, sondern einen selbstgewählten Code auf der Uhr. Dieser ist 24 Stunden gültig. In diesem Zeitraum kann man also beliebig oft kontaktlos bezahlen, vorausgesetzt man legt die Uhr nicht ab. Dann wird die Bezahlfunktion sofort gesperrt und muss bei einer weiteren Transaktion erneut per Code bestätigt werden.

Instagram für Restaurant und Kino

Etwa 500 Millionen aktive Nutzer hat die Foto- und Video-App Instagram weltweit. In Österreich hat rund jeder Vierte den Fotodienst auf dem Smartphone installiert. Aktuell testet



Foto: Garmin

So bequem kann Bezahlen sein: Einfach Uhr zum Lesegerät halten, fertig!

Österreich ist eine Bargeld-Nation. Doch in vielen Nachbarländern gehören kontaktlose bzw. mobile Bezahldienste längst zum Alltag.

Instagram eine direkt in die App integrierte Bezahlfunktion. Sie wurde bislang aber nur bei einigen ausgewählten Nutzern in Großbritannien und den USA aktiviert. Restaurantbesuche, Kinotickets u. a. können dann über Instagram reserviert und direkt bezahlt werden. Mit der neuen Bezahlfunktion könnte das Einkaufen noch intuitiver und bequemer werden. Denn zu viele Klicks und Weiterleitungen stören Kunden, nicht umsonst führte Amazon schon vor längerer Zeit das One-Click-Payment ein. Experten gehen davon aus, dass sich die Bezahlfunktion in Zukunft flächendeckend durchsetzen wird.

Facebook: Eigene Digitalwährung

Laut Informationen des Medienkonzerns Bloomberg arbeitet der Facebook-Konzern an einer Funktion, mit der per Kryptowährung Transaktionen durchgeführt werden können. Dafür werde extra eine spezielle digitale Währung geschaffen, deren Wert – anders als etwa bei Bitcoin – an eine herkömmliche Währung gekoppelt



Foto: istockphoto

Über eine Milliarde Menschen weltweit nutzen mobile Bezahldienste über Smartphone und Soziale Medien.

ist. Dadurch werden einerseits große Kursschwankungen vermieden, andererseits fallen bei Kryptowährungen keine Bankgebühren an. Starten will Facebook mit der Bezahlfunktion in Indien bei den sogenannten Remittances: Das sind jene Transaktionen, mit denen Auslands-Inder Geld ins Heimatland überweisen – in Summe etwa 69 Milliarden Dollar pro Jahr.

WhatsApp: Spezielles Business-Profil

Für Betriebe bietet WhatsApp Business spezielle kostenpflichtige Angebote, über die Unternehmen mit ihren Kunden kommunizieren können. Beispielsweise versenden Fluggesellschaften so ihre Tickets oder Online-Händler ihre Ankündigung, wann das Paket eintrifft. Für kleinere Unternehmen bringt das Business-Profil eine klare Abgrenzung vom privaten Profil, mit Informationen wie Standort, Beschreibung, Öffnungszeiten, E-Mail und Webseite. Bei der Werbung verschmelzen die

Plattformen des Konzerns: Werbekunden können etwa Anzeigen im Facebook-Newsfeed buchen, die dann Nutzer in eine direkte Interaktion auf WhatsApp weiterleiten.

WeChat: Über eine Milliarde Nutzer

In China hat WeChat rund 963 Millionen Nutzer pro Monat. Chatten, einen Arzttermin vereinbaren, Kinokarten bestellen, aber auch beruflich arbeiten und mit Kunden kommunizieren – alles funktioniert über WeChat. Chinesen vermischen private sowie geschäftliche Kommunikation und erledigen auch ihre Finanzangelegenheiten über die App. Zu den Besonderheiten Chinas gehört, dass in den letzten Jahren beim Bezahlen von kleinen Beträgen eine digitale Revolution stattgefunden hat: Nur noch wenige bezahlen in Restaurants oder Läden bar. Stattdessen überweisen sie auch kleine Summen lieber über Bezahl-Apps wie WeChat Pay oder Alipay. Außerhalb Chinas verwenden rund 100 Millionen Menschen WeChat. Doch wer keine chinesische Bankkarte hat, kann die Bezahlfunktion WeChat Pay nicht nutzen. Ein großer Teil der Inhalte ist komplett auf Chinesisch. Schließlich ist WeChat – wie viele chinesische Medienprodukte – teilweise zensiert. Aus Sicht von westlichen Nutzern kommen daher Nutzungsvorbehalte ins Spiel. In einem Transparenz-Rating von Amnesty International erhielt WeChat-Hersteller Tencent keinen einzigen von hundert möglichen Punkten. Zum Vergleich: Facebook erreichte im gleichen Rating immerhin 73 Punkte.

APP-TIPP

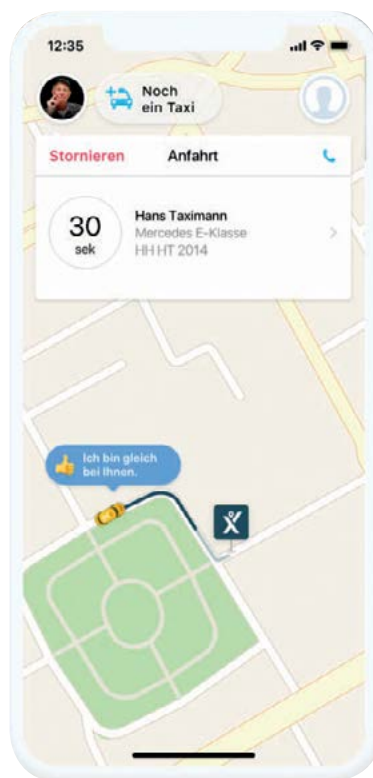
mytaxi – einfach mobil

Ein Knopfdruck am Smartphone und schon ist das Taxi bestellt – und bezahlt.

So einfach funktioniert die Handy-App „mytaxi“. Die aus Hamburg kommende Bestell-App zeigt, dass man sich auch als Technologieplattform an die behördlichen Spielregeln halten kann. Vom Ablauf her funktioniert „mytaxi“ wie der amerikanische Mitbewerber Uber. Der Kunde findet und bestellt das Taxi über eine App am Handy. Der große Unterschied: „mytaxi“ arbeitet mit lizenzierten Taxifahrern und hält sich an den heimischen Taxitarif. Nach einer kurzen Registrierung wird man automatisch in der App geortet und kann per Knopfdruck ein Taxi bestellen. Bei Bedarf können bestimmte Optionen, wie etwa eine Vorbestellung, ein Großraumtaxi oder die Zieladresse eingestellt werden. Sobald ein Fahrer die Bestellung entgegennimmt, wird die geschätzte Anfahrtszeit, das Kennzeichen, sowie Name und Telefonnummer des Fahrers angezeigt.

Europas führende Taxi-App

„mytaxi“ wurde 2009 von Niclaus Mewes und Sven Külper gegründet und gilt als erste Taxi-App mit direkter Verbindung zwischen Fahrgast und Taxifahrer. Mit mehr als 10 Millionen Fahrgästen und 100.000 registrierten Fahrern ist „mytaxi“ die führende Taxi-App in Europa. In Österreich hat das Unternehmen derzeit rund 1.000 Fahrer, die meisten davon in Wien. Alle haben verpflichtend eine Taxifahrerprüfung abgelegt und werden laufend zum Thema Qualität und Serviceorientierung geschult. Bei den Fahrzeugen wird auf Qualität und Sicherheit geachtet, bei der Erstanmeldung darf kein Wagen älter als vier Jahre sein. Taxiunternehmer zahlen eine Gebühr pro erfolgreich vermittelter Fahrt. Seit 2014 gehört das Start-up zur Daimler Gruppe. Heuer soll „mytaxi“ Teil einer Kooperation von Daimler und BMW und in „Free Now“ umbenannt werden. Die App gibt es für Apple iOS, Android u. a. in Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch.



Die App „mytaxi“ ermöglicht eine direkte Verbindung des Fahrgasts mit dem Taxifahrer.

Einheitliche Regeln auch für Uber?

Taxifahrern macht er das Leben schwer, Fahrgästen bietet er eine günstige Alternative: Der Fahrdienstvermittler Uber gerät in Österreich immer wieder in die Kritik. In Wien ist Uber seit 2014 aktiv und hatte dort im Vorjahr nach eigenen Angaben rund 200.000 Fahrgäste. Der alteingesessene Taxi-Anbieter 40100 kämpft mit einer Klage nach der anderen gegen den US-Riesen, vor allem wegen Ubers Dumping-Preisen und der Nichtbeachtung von gesetzlichen Regeln für Taxifahrer. Weiters wird angemerkt, dass Uber in Österreich keine Steuern zahlt. Vor wenigen Monaten bestätigte der Oberste Gerichtshof (OGH), dass Uber kein „Dienst der Informationsgesellschaft“, sondern ein Verkehrsdienstleister ist. Somit muss er sich an einschlägiges Recht halten. Im Verkehrsministerium wird derzeit an einer Gesetzesreform gearbeitet, die möglicherweise noch vor dem Sommer vorgelegt wird. Sie soll einheitliche Regeln für Taxi- und Mietwagengewerbe, Fahrer und Tarifbildung bringen.

APP-TIPP

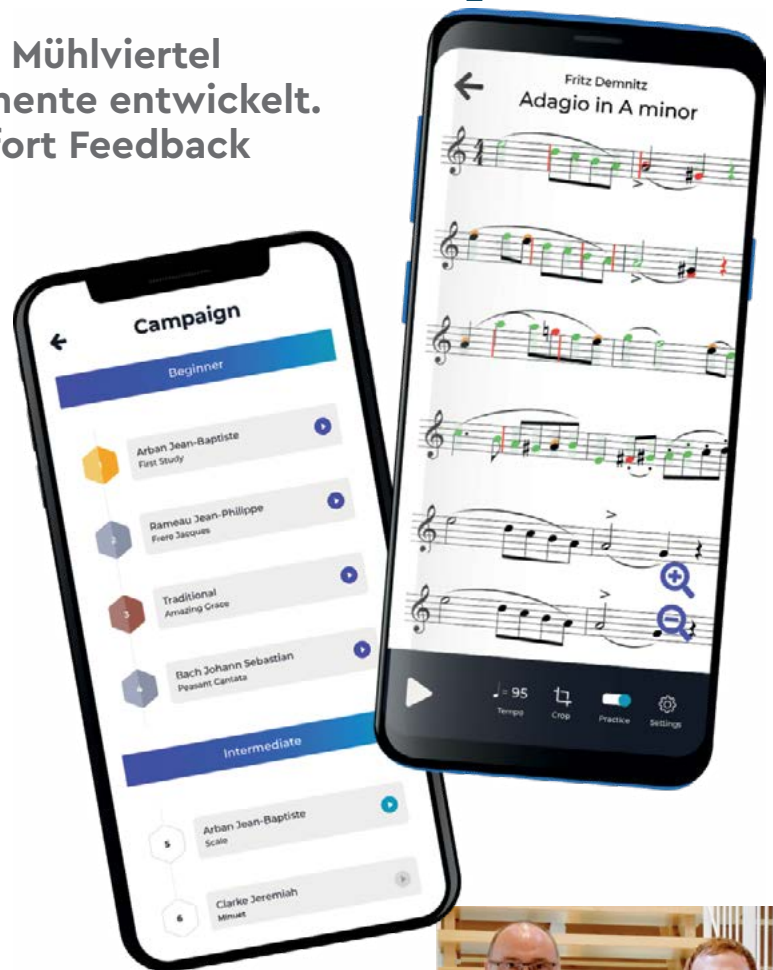
Musik üben macht Spaß!

Vier innovative Köpfe aus dem Mühlviertel haben eine App für Blasinstrumente entwickelt. „tonestro“ gibt beim Üben sofort Feedback und steigert den Spaßfaktor.

Das Gründerteam der App „tonestro“ beweist, dass traditionelle Musik und innovative Technik erfolgreich harmonisieren. Alles begann 2015 damit, dass Klarinetttist Heinrich Huber nach vierzig Jahren als Amateur sein Können verbessern wollte. Der Betreiber eines Linzer Küchenstudios scheiterte im ersten Anlauf: Der Instrumentalunterricht passte nicht mehr für ihn, und eine App zum Üben gab es nicht. Also entwickelte er mit seinem Sohn und Software-Ingenieur Christoph Huber eine eigene Lösung. Im Softwarepark Hagenberg wurde das Team zum Quartett: mit Christian Kapplmüller, Softwareingenieur und Trompeter, sowie Alexander Kogler, Datenanalytiker, Klarinetttist und Kapellmeister. Was auf den ersten Blick nach einem Nischenthema klingt, fand starke Förderer und kürzlich auch ein sechsstelliges Investment. Denn allein im deutschsprachigen Raum werden rund 1,8 Millionen Schüler von 50.000 Instrumentallehrern öffentlicher Musikschulen unterrichtet. Weltweit spielen über 100 Millionen Menschen ein Blasinstrument.

2.000 Musikstücke auf allen Levels

„tonestro“ funktioniert ganz einfach: Das Notenblatt befindet sich in der App. Das Mikrofon von Smartphone oder Tablet nimmt das Gespielte auf und die App bewertet es innerhalb von Millisekunden. Dabei geht es nicht um eine banale Rückmeldung wie „richtig oder falsch gespielt“. Vielmehr arbeiten die Übenden an ihrem Können hinsichtlich Stimmung, Tonkultur, Ausdruck, Lautstärke oder Rhythmus. In Ampelfarben wird zu jeder einzelnen Note während des Spielens angezeigt, ob der Ton beispielsweise zu spät kam oder zu tief lag. Denn was nicht sofort korrigiert wird, prägt sich dauerhaft ein und muss



später mit vielfachen Mühen und Frust verbessert werden. Tempo und Tonlage der Stücke lassen sich individuell einstellen. Einsteiger, Fortgeschrittene und Profis haben Zugriff auf über 2.000 Musikstücke ähnlich der Musikschul-Literatur. Wer sich gut entwickelt, kommt einen Level weiter, kann die eigenen Erlebnisse teilen, Aktivitäten von Freunden kommentieren oder in Challenges gegen Menschen auf der ganzen Welt antreten. Die App ist für Blockflöte, Querflöte, Klarinette, Saxofon, Horn, Trompete, Euphonium, Posaune und Tuba erhältlich. Weitere Instrumente sind in Planung. Die Basisversion mit vollem Funktionsumfang und begrenzter Spielzeit gibt es gratis in den App Stores von Google und Apple. Die werbefreie Premiumversion kostet Euro 9,99 pro Monat.

Mehr auf www.tonestro.com



Die tonestro-Gründer Heinrich Huber (oben links), Christoph Huber (oben rechts), Christian Kapplmüller (unten links) und Alexander Kogler (unten rechts)

Voller LIWEST Service für Sie in der PlusCity!



Wir freuen uns Sie in unserer Erlebniswelt begrüßen zu dürfen und bieten Ihnen volles Service in unserem Shop & technischem Service Center in der PlusCity!



Erleben Sie unseren Air-Hockey Tisch oder unser Kati!+ Hologramm.

Öffnungszeiten

MO, DI, MI	9:30 – 19:00 Uhr
DO, FR	9:30 – 21:00 Uhr
SA	9:00 – 18:00 Uhr

LIWEST Shop PlusCity

1. Obergeschoss, neben Rolltreppe Megaplex
Pluskaufstraße 7, 4061 Pasching
Tel +43 732 94 24 24
Fax +43 732 94 24 24-875
E-Mail info@liwest.at