



# Das hat die Welt noch nicht gesehen

Stephen Hawking ist tot, Trump will eine Weltraum-Armee, und Gehirne könnten ewig leben.

## Kommentar

••• Von Gianna Schöneich

ABGESPACED. Stephen Hawking ist tot. Im Alter von 76 Jahren ist er friedlich in seinem Haus in Cambridge gestorben. Und während jeder ein „R.I.P. Stephen Hawking“ in den unendlichen Weiten der Sozialen Medien hinterlässt, weiß eigentlich kaum jemand, was dieser Mann eigentlich getan hat. Kurz: Der Physiker beschäftigte sich mit dem Universum, mit Astrophysik, und hat sich gern mit ‚Schwarzen Löchern‘ auseinandergesetzt. Sein Tod ist ein großer Verlust, und es erscheint fast ironisch, dass Donald Trump in diesen Tagen davon spricht, eine Weltraum-Armee aufzubauen. Kaum geht ein großer Denker in Sachen Universum von uns, schon kommt Donald Trump und nimmt den Weltraum in Beschlag – schließlich handelt es sich hierbei um eine Kriegseinheit, wie Land, Luft und See. Also braucht Trump logischerweise die „Space Force“. Der Weltraum, das Universum, erscheinen uns als etwas Zukünftiges, sie sind Zukunftsmusik. Was Trump da nun allerdings anfängt, erinnert

eher an die Vergangenheit: das Wettrennen zum Mond, welches zwischen Russland und den USA zu Zeiten des Kalten Krieges stattfand. Tatsächlich ist die Idee einer „Space Force“ gar nicht so neu – Pläne für einen „Space Corps“ gab es auch schon vor Trump, bislang lagen die Pläne im US-Kongress aber eher auf Eis.

## Wird Donald Trump ewig leben?

Genauso „abgespaced“ ist die Idee des Start-ups Newcome – sie arbeiten an der Unsterblichkeit in Form eines digitalen Weiterlebens. Gehirne sollen so präserviert werden, dass sie später über eine noch zu entwickelnde Schnittstelle in die Cloud hochgeladen werden können. Das klingt irgendwie ekelhaft und unglaublich, allerdings laufen bereits Tests, und das US-Unternehmen konnte sich natürlich auch schon eine staatliche Förderung sichern. Letztlich werden nur die reichsten Menschen das Geld haben, auf diese Weise ewig zu leben – Umkehrschluss: Die Welt wird Donald Trump niemals loswerden. Aber... um mit einem Zitat von Stephan Hawking zu schließen: „Only time (whatever that may be) will tell“.

”

*Politische Satire wird kriminalisiert, Rapper werden für ihre Songtexte ins Gefängnis gesteckt. Das zeigt, wie wenig heute in Spanien noch toleriert wird.“*

## Zitat des Tages

Esteban Beltrán, Amnesty International Spanien

## FUNDSTÜCK

# Die Volksbank wird zur Hausbank

Motto der neuen Kampagne: „All das macht meine Bank zur Hausbank“.

WIEN. Die neue Imagekampagne der Volksbank umfasst unter dem Motto „All das macht eine Bank zur Hausbank“ neben einem Transient Virtual Channel mit dem Skijumping Austria Team mehrere Social-Media-Spots und Printsujets. Der von der Volksbank definierte Begriff „Hausbank“ wird von der Wiener Werbe- und Produktionsagentur Obscura in Szene gesetzt. Durch die erfolgreiche Zusammenarbeit im Rahmen der letztjährigen „#frischerwind-Kampagne“ setzte die Volksbank erneut auf das handwerkliche Können der jungen Werbe- und Produktionsagentur.

Ziel war es, unter dem Begriff Hausbank die Besonderheiten der Volksbank herauszustreichen und modern in Szene zu setzen. Ein wichtiger Bestandteil der Spots sind weiterhin die ÖSV-Skispringer. Als Hausbank aller Österreicher spielen jedoch auch weitere Personen und ihre Geschichten – im Gegensatz zu den vergangenen Jahren – eine bedeutende Rolle. „Die Nähe zu unseren Kunden und die individuelle Zusammenarbeit auf Augenhöhe macht die Volksbank zu einer



Die neue Kampagne der Volksbank stammt von Obscura.

ganz besonderen Bank – zur Hausbank aller Österreicher. Dieser emotionale Markenkern, der im Mittelpunkt unserer Kommunikation steht, wird mit der aktuellen Bewegtbild-Imagekampagne perfekt inszeniert“, so Barbara Bleier-Serentschky, Volksbank Marketing. (red/gs)

© Blessing Verlag



## BUCHTIPP

# Die grüne Lüge

PROFITABEL. Schmutzige Geschäfte hinter schönen Öko- und Sozialversprechen verstecken, nennt man Greenwashing. Eine schöne Scheinwelt – doch im Hintergrund schreitet die Zerstörung der Welt weiter voran. Dennoch gilt das Prinzip: Je offensichtlicher eine grüne Lüge ist, desto eher wird sie geglaubt. Das Buch „Die grüne Lüge“ ist in Zusammenarbeit zwischen Kathrin Hartmann und Werner Boote entstanden – gemeinsam schrieben sie auch an dem Drehbuch für „The Green Lie“; die Dokumentation läuft bereits in den Kinos.

240 Seiten, Karl Blessing Verlag; ISBN: 978-3896676092

© Obscura/Volksbank (4)