

**Öhlen für
Men bewohnbar?**

opäische Weltraumorganisa- auf dem Mond Gruben entht davon aus, dass dies quasi sind, unter denen sich Lavalen. Es wird vermutet, dass es öhlen Wasser haben könnte. as als richtig herausstellen, Forscher bereits daran, dass Zukunft darin leben könnten. en Mondhöhle wäre man vor einen Meteoriten und extretemperaturen geschützt. Möglich Untersuchung der Roboter ist kugelförmig und hat einen von 46 Zentimetern. PCO

**Sie eine Frage
Migros-Chef?**



Fabrice Zumbrunnen. MIGROS

igros habe das Corona-Jahr rt, findet Chef Fabrice Zum- ite legt der Topmanager nun ten Geschäftsbericht vor. chen Tag besucht ihn 20 Mi- ros-Hauptquartier am Zür- platz. Dort stellt sich Zum- Fragen der Leser und Leserin- bräch beginnt um 14.15 Uhr bei 20 Minuten gezeigt. Am nnen Sie zudem die Bilanz- renz mitverfolgen. RKN

Roger Federer ist neu Botschafter für Schweiz Tourismus. Die Partner- schaft soll mehrere Jahre dauern, ein Enddatum ist noch nicht definiert.

SCHWEIZ TOURISMUS



Federer zeigt die Schweiz – 6 Fakten zum Megadeal

ZÜRICH. Roger Federer ist der neue Markenbotschafter für die Schweiz. Die wichtigsten Fragen und Antworten.

- **Warum erst jetzt?**
Marketingexpertin Adrienne Suvada von der ZHAW sagt, sie habe schon lange so eine Partnerschaft erwartet. Federer selbst sagt in einem Interview mit Schweiz Tourismus, dass es ein logischer Schritt sei: «Ich hatte schon immer das Gefühl, dass ich die Schweiz repräsentiere.» Schweiz Tourismus erklärte, man sei dank der Digitalisierung erst jetzt in der Lage, die Partnerschaft optimal zu vermarkten.
- **Wie lange wurde verhandelt?**
Bis alle Details geklärt waren, habe es über ein Jahr gedauert, so Schweiz Tourismus. Mit dem Start der Zusammenarbeit habe man zudem warten müssen, bis sich weltweites Reisen wieder als realistische Möglichkeit abzeichnet.

- **Kommen nun mehr Gäste?**
Suvada geht davon aus. Sobald das uneingeschränkte Reisen wieder möglich sei, werde Schweiz Tourismus intensiv für das Ferienzziel werben: «Da ist das Gesicht von Roger Federer im Ausland ein einzigartiger Blickfang.»
- **Geht es nur um Auslandtouristen?**
Nein. Die neue Kampagne «Rogers Wahl» etwa richtet sich laut Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer des Marketing-Netzwerks ESB, auch stark an Einhei-

mische. Mit dieser stellt Schweiz Tourismus in Federers Namen verschiedene Destinationen und Aktivitäten in der Schweiz vor – etwa Bergwanderungen.

- **Wer zahlt den Deal?**
Wie viel Geld Federer erhält, will Schweiz Tourismus nicht verraten. Eines ist klar: Das Honorar wird vom Steuerzahler mitfinanziert. Die Marketingorganisation erhält jährlich rund 60 Millionen Franken vom Bund – das ist mehr als die Hälfte ihres Gesamtbudgets. Wegen der Krise hat das Parlament weitere 20 Millionen gesprochen.
- **Was macht Federer mit dem Geld?**
Das Honorar geht an die Roger Federer Foundation. Der Sportler will damit Spielplätze in der Schweiz bauen. Es sei aus Kommunikationssicht ein Vorteil, dass Federer in der Krise seine Stiftung in den Vordergrund rücke, so Suvada: «Man kann sich vorstellen, wie gross der Aufschrei gewesen wäre, hätte er als Multimillionär noch eine hohe Sponsoringvergütung erhalten.» RKN

Schweiz für Federer «natürlich schön»

ZÜRICH. Der Lieblingsort von Roger Federer sei die Schweiz, sagt der Tennisstar zu Schweiz Tourismus. «Wer in die Schweiz kommt, kommt wegen der natürlichen Schönheit: den Seen, den Bergen, den Flüssen, der Landschaft, der Schönheit allgemein.» Er schätze zudem besonders das Schweizer Essen. RKN

**Skulpturen im Europa-Park
schmelzen wegen Corona**

Europa-Park wollte themern bei der Öffnung an Ostern eine Attraktion aus der Ausstellung aus Europa. Doch daraus die Eröffnung und der Freidie Skulpturen sen, die Kosten bis auf unbe- stimmt seien zu hoch. Die frostige Winterlandschaft hätte ständig eine Temperatur von minus 8 Grad gebraucht. Mehrere Hunderttausend Euro hat der Europa-Park nach eigenen Angaben in den Aufbau und Erhalt der Ausstellung investiert, für die 50 internationale Eiskünstler und -künstlerinnen zum 45.

geburtstag des Europa-Parks mehr als sechs Wochen lang grosse Eisskulpturen geschnitzt haben. 200 Tonnen Eis wurden verarbeitet. Europa-Park-Inhaber Roland Mack: «Die Ausstellung ist ein trauriges Symbol für die aktuelle Situation, und die Hoffnung zerrinnt wie das Eis in der Sonne.» PCO



50 internationale Künstler hatten die Eisskulpturen geschnitzt. EUROPA-PARK