

Tag im Ideenhaus
Prof. Gernot Schulz
Führung im digitalen Zeitalter
Prof. Dr. Michael Braungart
Das Prinzip «Cradle to Cradle»

Der produktorientierte
**Innovations-Workshop für
Unternehmer und Führungskräfte
der Süsswarenindustrie**

«360°- Perspektiven.»
Die neue Nähe von Menschen, Marken
und Märkten.
Mit Rulebraking zum Sweetpreneur.

Teilnehmerzahl
auf 30 begrenzt!

16. bis 19. April 2016
Ascona/Schweiz

Mit freundlicher Unterstützung



idee und ziele




Die Tessiner Innovationstage® sind für die europäische Süsswarenindustrie eine feste Institution und die erste Adresse, wenn es um Fragen zu Zukunfts-Märkten, individuellen Themen und innovativem Ideen-Input geht.

Ich lade Sie hiermit herzlichst zum **16. Mal in Folge** an das Ufer des Lago Maggiore ein. Abseits der Tageshektik und Betriebsamkeit des Alltagsgeschäfts bietet dieser Workshop Ihnen ein einmaliges Forum, um sich mit Unternehmern, Führungskräften, Absatzmittlern und Zuliefererindustrie aus der Adler-Perspektive über aktuelle Themen auszutauschen, Märkte von Morgen aufzuspüren und Impulse für Ideen zu generieren. Der Innovations-Workshop ist eine Informationsplattform für den Erfahrungsaustausch und praktischen Wissenstransfer.

Freuen Sie sich auf eine einmalige Atmosphäre und vier anregende Tage, durch die Sie schon heute einsetzbares Wissen über Zukunftsentwicklungen erlangen.

Ich freue mich auf Sie!

Ihr


Bernd Nordmeyer



«360° - Perspektiven.»
Die neue Nähe von Menschen, Marken und Märkten.
Mit Rulebraking zum Sweetpreneur.

Trendforscher prognostizieren seit einigen Jahren, dass vor allem **soziale Innovationen** die Zukunft prägen. Inzwischen ist die Suche nach Gemeinschaften und die Bildung netzwerkartiger Organisationen zu einem **essenziellen Treiber für die Wirtschaft** geworden.

Konservative Arbeits- und Konsumansätze werden mittlerweile in Frage gestellt.

Die **neue Nähe von Menschen, Marken und Märkten** stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. Die Verbindung aus dem Megatrend «**Individualismus**» und dem Megatrend «**Konnektivität**» wird die Süßwarenbranche **über das digitale Marketing** hinaus vor **grosse Aufgaben für Unternehmensprozesse, Marke, Produkte und Kommunikation** stellen.

In der **16. Folge der Tessiner Innovationstage** werden Gründe und Folgen aus verschiedenen Perspektiven untersucht. Dabei wird in den Lösungsansätzen der Rolle des «**RULEBREAKING**» durch anschauliche Beispiele besonderer Raum eingeräumt.
Werden Sie mit Ihrem Unternehmen zum Sweetpreneur!

Welche Zukunftsimpulse werden Sie u.a. aus dem Workshop
mit in Ihre tägliche Arbeit nehmen?

Welche Prozesse müssen eingeleitet werden, um aus bisher sequentiellen Wertschöpfungsketten des Industriezeitalters **interagierende Wertschöpfungsnetzwerke** zu erreichen?

Wie öffnen und nutzen Unternehmen ihre Innovationsprozesse für **Wissen von Aussen**?

Wie werden **gute Ideen** im digitalen Zeitalter entwickelt und woran erkennt man sie?

Wie können die hinlänglich bekannten und immer noch **relevanten Megatrends** der Foodbranche **neu interpretiert** und zu neuem Leben erweckt werden?

Welche Ansprüche muss die «**Marke 2025**» erfüllen, um Konsumenten an sich zu binden?

Wie lebt man in einer traditionellen Branche «**Rulebreaking**»?

Wie kann der Weg zu einem **neuen nachhaltigen Wirtschaftssystem** wirklich aussehen?

Wie sehen die **Schlüsselfaktoren der Führungsqualität** in Zeiten der «digitalen Revolution» aus?

Wie entwickelt man creative, eigenständige und mutige Marken?
Und wie funktionieren eigentlich **gute Markennamen**?

so urteilen teilnehmer

Claus Cersovsky, Rübzahl Schokoladen GmbH: «In einer «etwas anderen» Umgebung mit gleichgesinnten Persönlichkeiten zusammenkommen und gerne auch mal konträr diskutieren.»

Christine Degener, Lindt & Sprüngli GmbH: «Offene Kommunikationsplattform mit einem Teilnehmerkreis, den man so ganz selten findet.»

Dr. Walter Müller, WAWI Schokolade AG: «Keine up-down Berieselung durch Referenten, sondern aktive praxisbezogene Diskussionen mit kompetenten Menschen. Man trifft immer wieder neue interessante Gesprächspartner.»

Anita Meyer-Freitag, Verdener Keks-u. Waffelfabrik H. Freitag GmbH & Co. KG: «Ich habe hier die Möglichkeit, interessante Leute in lockerer Atmosphäre kennen zu lernen und mich intensiv mit relevanten Themen auseinander zu setzen.»

Andreas Coppenrath, Coppenrath Feingebäck GmbH: «... interessante Themen. Das Erlernte und Erfahrene ist für das Fortkommen im beruflichen Bereich von grossem Wert.»

Peter Esser, Lebensmittelzeitung: «einmaliges energetisches Umfeld, familiär, offen, tolle Mischung: Netzwerk – Referenten – Vorträge.»

Sven Hell, Georg Lemke GmbH & Co. KG: «In relaxter Stimmung kann man sich enorm weiterbilden und inspirieren lassen.»

Dr. Stefan Feit, Katjes International: «Die Tage sind nicht gewöhnlich, guter Austausch von Erfahrungen ist möglich, durch die gut ausgewählten, hochwertigen Vorträge nimmt man viel mit nach Hause.»

Klaus Lellé, Halloren Schokoladenfabrik AG: «Interessante Themen und interessante Menschen; die Zeit dort zu verbringen ist keine verlorene, sondern gewonnene!»

Christina Lutz, Ricola AG: «Ich kann Neues erfahren und Networking betreiben.»

Herbert Mederer, Mederer GmbH: «Das man das Gehörte und Gesehene zeitgleich mit den Referenten, aber auch-und dies ist der interessante Teil- mit den anderen Teilnehmern diskutieren und bewerten kann.»

Peter Riegelein, Hans Riegelein & Sohn GmbH & Co.: «Kreative Auszeit in herrlicher Umgebung, entspannend und anregend zugleich. Wichtige Themen, kompetente Referenten, wertvolle Tage – Inspiration inklusive.»

Jürgen Rausch, Fassbender & Rausch GmbH Berlin: «Ich fahre immer wieder mit neuen Anregungen zurück.»

Fritz Haasen, Kalfany Süsse Werbung GmbH & Co. KG: «zeitgemässe und interessante Referenten und Themen in toller Atmosphäre und angenehmer Gruppe Gleichgesinnter.»

Silvia Huber, Domaco Dr. med Aufdermaur AG: «Das andere-quere-visionäre Denken wird entfacht durch die hochstehenden Referenten und die spannenden Gespräche.»

Daniel Bloch, Chocolats Camille Bloch SA: «Austausch mit deutschen Unternehmern in einer sehr angenehmen und ungezwungenen Atmosphäre.»

Alfred Ritter, Alfred Ritter GmbH: «Ein netter kleiner Unternehmerclub.»

Dr. Rosario Almeida Ritter, Alfred Ritter GmbH «Gelegenheit, sich mit besonderen Thematiken ausserhalb des tagtäglichen zu beschäftigen in einer inspirierenden Umgebung.»



Matthias Horx



Professor
Norbert Bolz



Tim Mälzer



Professor
Peter Wippermann



Dr. Reinhard K.
Sprenger



Reinhold Messner

die themen und referenten



«Mehr Mut Ihr Süssen»

Produktneheiten und **echte Innovationen** im Bereich der Süßwaren zeichnen sich häufig, bis auf wenige Ausnahmen, durch **austauschbare** und wenig **eigenständige Namen** aus. Kein Wunder also, dass der Verbraucher sie kaum wahrnimmt oder übersieht. Da entscheidet man sich doch lieber für eine weitere line extension unter dem bekannten Markendach und minimiert so die Risiken und wählt dann Namen wie **Gourmet, Kex** oder **Chunkies**. **Geht es nicht anders?** Wie man **creative, eigenständige und mutige Namen** entwickelt wird anhand unterschiedlicher Beispiele dargestellt.



Manfred Gotta
GOTTA Brands

«FOODTURISTISCH» – Von Food-Tainment zu Social-Food, Konsumententrends und deren Auswirkungen auf die Foodbranche

In den letzten 15 Jahren haben sich **Trends in der Foodbranche** nicht so sehr verändert. Die Megatrends **«Convenience»**, **«Individualisierung»**, **«Soziale Verantwortung»** sind immer noch relevant aber werden von **erfolgreichen Food-Marken** völlig anders interpretiert und zum Leben erweckt. Anhand praktischer Beispiele zeigt Alessandro Panella, **welche Möglichkeiten Food-Marken haben** diese Trends innovativ für sich zu nutzen und dadurch einen emotionalen Mehrwert für Konsumenten zu schaffen.



Alessandro Panella
Grey Germany

die themen und referenten



«Die digitale Transformation richtig managen oder untergehen – viel Lärm um Wesentliches!»

Die **digitale Revolution** verändert die Rahmenbedingungen aller Unternehmen – das Internet der Dinge beginnt gerade erst, die Vernetzung von Menschen über Social Media wie Facebook, Twitter & Co ist hingegen schon im Alltag angekommen. Für viele Entscheider sind dies jedoch oft noch «**irgendwelche**» Plattformen im Internet oder «**für junge Leute**». Viele Unternehmen haben lediglich begonnen, Social Media «zu machen» – dies reicht jedoch nicht und bleibt weit hinter den Möglichkeiten und notwendigen Anpassungen zurück. Tatsächlich handelt es sich um die **tiefgreifendste Veränderung der Kommunikationswelt seit Erfindung des Massendrucks vor 600 Jahren**. Die Art, wie Kunden Informationen aufnehmen und vor allem filtern und bewerten verändert sich dadurch maßgeblich und Unternehmen müssen sich an diese neue «Customer Journey» anpassen. Dies zu begreifen fällt vor allem denjenigen schwerer, die noch in der Welt der **klassischen Medienwelt** mit TV, Radio, Print groß geworden sind und dabei «nichts vermissen». Für private Bereiche mag ein Verständnis und Tragweite der Vorgänge nicht unbedingt notwendig sein, für Unternehmen ist es jedoch elementar wichtig zu verinnerlichen, dass und wie sich die **Rahmenbedingungen** aller Branchen gerade **massiv und nachhaltig verändern**. Aufbauend darauf sind strategisch überlebenswichtige Prozesse einzuleiten, die **Geschäftsmodelle, Strukturen und Unternehmenskulturen** radikal verändern werden, um mittelfristig überleben und erfolgreich sein zu können – aus sequentiellen Wertschöpfungsketten des Industriezeitalters werden **interagierende Wertschöpfungsnetzwerke** über Abteilungen und Unternehmensgrenzen hinweg. Wenn dies gelingt, können Firmen marktnähere und schnellere Entscheidungen treffen als dies jemals zuvor möglich war. **Wenn nicht wird es bitter statt süß!**



Prof. Dr.
Clemens Scibicki
Wirtschaftshochschule
Cologne Business
School

die themen und referenten



«Die Kraft der Idee in digitalen Zeiten.»

Honorarprofessor **Enzo Vincenzo Prisco, Marketing- und Design-Experte** ist einer der kreativsten Köpfe der Medienbranche und zählt zu den **TOP-100-Kreativen Deutschlands**. Er lehrt im Bereich Kommunikation und visuelle Kreativität u.a. an der Ruhrakademie und der VWA Essen Duisburg Bochum. Wir haben ihn auf vielfachen Wunsch des Forums nach 2011 nochmals eingeladen.

Grossartige Ideen sind kein Zufall! Kreativität ist als Potenzial bei jedem Menschen vorhanden. Und doch hat sich schon jeder einmal gefragt: «Wer kommt auf so kreative Ideen?» in seinem Vortrag **«Die Kraft der Idee»** erklärt Enzo Vincenzo Prisco, wie Sie im Team neue Ideen im digitalen Zeitalter finden und somit **Ihre Kommunikation stärker in den Köpfen verankern**. Gleichzeitig erhalten Sie **Einblicke in die Denkstrategien** genialer Werber.



Enzo Vincenzo Prisco
Ruhrakademie und
VWA Essen

«Crowdsourced Innovation - Produktentwicklung in der vernetzten Welt»

«ich innoviere also bin ich»: Unternehmen haben traditionell ihre Fähigkeit zur Innovation als identitätsstiftend definiert. Geschützt hinter unzähligen Geheimhaltungsvereinbarungen, geschlossenen Türen und Geheimniskrämerei wurden **Produkte häufig im stillen Kämmerlein zur Marktreife** gebracht. Die digitale Vernetzung und ein **«Prosumer»**, der mitreden möchte stellt dieses Paradigma auf den Kopf. **Jan Fischer, Gründer & Geschäftsführer der innosabi GmbH**, teilt seine Erfahrung mit Crowdsourced Innovation in der Zusammenarbeit mit großen Unternehmen wie **Continental, Coty Beauty** oder der **Messe München**. Lernen Sie, wie Unternehmen ihre **Innovationsprozesse** in allen Phasen für Wissen **von außen öffnen** - von der Kollaboration in der **Ideenfindung**, dem **Prototypentest** bis hin zur **Markteinführung**. Verstehen Sie die Bedeutung von Technologie in solchen Prozessen: Wie kann man eine solche Community effektiv managen und gemeinsam zu einem umsetzbaren und erfolgsversprechenden Ergebnis kommen?



Jan Fischer
Innosabi GmbH

die themen und referenten

Von der «sharing» zur «collaborative economy» Die Notwendigkeit des Wandels der Marke vom funktionalen Anbieter zum integrativen Partner.

Die Menschen streben immer weniger nach Besitz, aber immer mehr nach Zugängen, diese These vertrat der amerikanische Ökonom **Jeremy Rifkin im Jahr 2000** – vor 15 Jahren! – in seinem Buch «The Age of Access». Rifkin lenkte damit den Fokus auf ein empirisches Phänomen, das wir heute unter dem Schlagwort «**sharing economy**» beschreiben. Heute – mit der Entwicklung des Internets der Dinge – wird diese gerade erst aufblühende «sharing economy» von der «**collaborative economy**» abgelöst.

Mit Letzteren wird sich sowohl das Kommunikations- als auch das Konsumverhalten in den nächsten Jahren grundlegend wandeln. Geht es bei «sharing» um die **Vergemeinschaftung des Teilens**, um eine also noch recht passive Form des Gemeinsamen, steht bei «collaborative» das **gemeinsame Entwickeln im Fokus**, eine aktive Form des Gemeinsamen. Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, müssen **Marken** sich auf genau diese Transformation vorbereiten und sich von «**funktionalen Marken**», die den Menschen Relevantes liefern, zu «**integrativen Marken**» wandeln, die dialogisch mit den Menschen Relevantes entwickeln.

«Querdenken» – wie funktioniert das in einer Branche von Traditionalisten?

Stefan Bless, 30 Jahre alt, ist Metzgermeister aus Berufung.

Einfach nur Wurst machen, ist ihm zu langweilig. Bless ist auf Facebook und Twitter schon lange unterwegs. Sein im April 2015 gestarteter Online Shop macht **Konsumenten zum Prosumenten**.

Seine Strategie ist, mit modernen Variationen traditioneller Produkte den Nerv der Konsumenten zu treffen. Lassen Sie sich von seiner neuesten Idee, der **Individualisierung eines klassischen Kulturgutes** faszinieren. Aus seinem Unternehmen «**Stuggi**» ist ein «**Mit-Mach-Unternehmen**» geworden. Stefan Bless erhielt zweimal hintereinander den **Innovationspreis** des Fleischerhandwerks. Wie **Rulebreaking** funktioniert, verrät er uns anhand seiner aktuellen Entwicklungen.

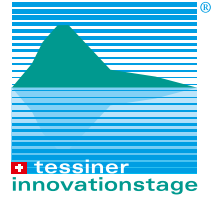


Dr. Robert Kecskes
GfK Germany



Stefan Bless
Stuggi

die themen und referenten



«Vom Müssen zum Fliesen: Dem Genuss und der Erfüllung auf der Spur, im Ozean der unbegrenzter Möglichkeiten»

Im November 2011 sticht die heute 38-jährige **Janice Jakait** in Portugal in See. Ihr Ziel: Als **erste Deutsche** will sie **allein den Atlantik überqueren** – allein und nur mit Muskelkraft, in einem Ruderboot. Ihre Mission: In Zusammenarbeit mit der Organisation OceanCare will sie auf den Unterwasserlärm aufmerksam machen, der für Meeressäuger und Fische tödliche Folgen hat.

Aber sie will auch ihre innere Unruhe besiegen, sich selbst in der Stille und Entschleunigung begegnen. **90 Tage, 6500 Kilometer und eine Million Ruderschläge** lang behauptet sie sich **gegen die Naturgewalten**, gegen Hunger und Müdigkeit – und kommt schließlich nicht nur in Barbados, sondern auch bei sich selbst an. An Bord, über **50 Kilogramm Gebäck und Schokolade**, heute spricht sie sich in ihren Büchern und zahlreichen Vorträgen für **Entschleunigung und Achtsamkeit** aus – und sie zeigt Wege zurück zu uns selbst, zu unseren Bedürfnissen und zu **mehr Zufriedenheit** und **mehr Genuss** auf.



Janice Jakait
Janice PR

der tag im ideenhaus



Der «Tag im Ideenhaus» findet dieses Jahr im **«Centro congressuale» auf dem Monte Verita** statt, dessen Mythos zu Beginn des 20. Jahrhunderts begründet wurde. Das Zusammenleben von Künstlern, Philosophen und Denkern zieht bis heute viele Wissenschaftler, Literaten und Wirtschaftler an. Freuen Sie sich auf ein kreatives und magisches Ambiente auf dem «Berg der Wahrheit».

Dieser Tag wird geprägt von zwei grossen Themen für die zukünftige Unternehmensausrichtung: Das neue Denken zu den Themen **«Nachhaltigkeit»** und **«Unternehmensführung»** in der digitalen Ära.

Zwei herausragende Persönlichkeiten werden uns durch diesen Tag begleiten und inspirieren. Hautnahe anschauliche Beispiele werden uns zu «Rulebreaking» veranlassen.

Professor Dr. Michael Braungart, leitet den **Lehrstuhl für Cradle to Cradle für Innovation und Qualität** an der Rotterdam School of Management der Erasmus Universität (RSM) und ist Professor an der Leuphana Universität Lüneburg, der Universität Twente in Enschede sowie an der TU Delft. Im Rahmen der Exzellenzinitiative erhielt er eine Ehrenprofessur der TU München.

Seine Ansicht:

«Der Mensch soll mit dem was er tut nützlich sein. Produkte sollen in Stoffkreisläufen so funktionieren, dass es nur noch nützliche Rohstoffe gibt, die er Nährstoffe nennt.» Im Forum werden wir sein Prinzip der «Cradle to Cradle Transformation» anhand von vielen Beispielen kennenlernen und überlegen, wie wir es auf die Süßwarenbranche übertragen können.

Der Nachmittag wird in Form eines Workshop von **Professor Gernot Schulz** gestaltet. Gernot Schulz war langjähriges Mitglied der **Berliner Philharmoniker**, Assistent von Leonard Bernstein und Georg Solti und Hochschulprofessor in Hamburg. Er dirigierte u. a. die Berliner Philharmoniker und ist bei zahlreichen renommierten Orchestern in Europa, Südamerika und Asien ein gern gesehener Gast. CD-Einspielungen erfolgten bei den Labels Wergo, Profile Edition, Sony Classical etc. Wir werden hautnah die täglichen Fragen des Führens erleben.



Monte Verita

«Innovation, Qualität und gutes Design – Cradle to Cradle als Chance für die Europäische Industrie

Energie sparen, enthaltsam sein, die Produktionsprozesse effizienter und weniger schädlich gestalten - für Prof. Dr. Michael Braungart klingen diese Prinzipien von Nachhaltigkeit, wie wir sie heute verstehen, nicht besonders attraktiv und bringen uns nicht zum Ziel. Sein Konzept ist ein anderes: **Er möchte Produkte und Produktionsprozesse so entwickeln, dass Verschwendung kein Problem mehr ist.** Sie sollen für Mensch und Natur komplett unschädlich sein. Mehr noch: Der Mensch soll mit dem was er tut nützlich sein. Produkte sollen in Stoffkreisläufen so funktionieren, dass es nur noch **nützliche Rohstoffe** gibt, die er Nährstoffe nennt. Seit Jahrzehnten pioniert **Prof. Dr. Michael Braungart** das Cradle to Cradle-Design Konzept («Von der Wiege zur Wiege»). Dieses Konzept bereitet den Weg zu einem neuen Wirtschaftssystem, wobei Innovation, Positivität, Qualität und Kreativität zentral sind. Dass das funktionieren kann, zeigen **weltweit mehrere hundert Produkte**, die nach diesem Prinzip entwickelt worden sind. Die **Cradle to Cradle Transformation** hat schon in vielen Bereichen begonnen und kreierte unendliche Möglichkeiten für heute und morgen.

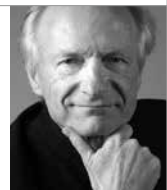


Prof. Dr.
Michael Braungart
Leuphana Universität
Lüneburg

«Mächtiger Maestro oder inspirierender Motivator ... Wie führt ein Dirigent?»

Zunehmende Komplexität und Geschwindigkeit, digitale Revolution und demographischer Wandel **verändern unsere Arbeitswelt dramatisch.** Dabei wird eine **innovative Führungskultur** mehr denn je zum Schlüsselfaktor für den unternehmerischen Erfolg. Der Workshop holt die Teilnehmenden ganz bewusst aus der «Komfortzone» ihres Führens heraus. Im Mittelpunkt steht dabei, das **Führen sinnlich und emotional erfahrbar zu machen.** Das Forum erlebt hautnah die täglichen Fragen des Führens:

- Bin ich überzeugend? • Bin ich in der Lage, Begeisterung zu wecken? • Wie komme ich mit einer mir unbekanntem und mich herausfordernden Situation zurecht? • Schaffe ich es, das Zusammenspiel zu fördern? • Habe ich eine klare Vorstellung von dem, was ich vermitteln will? • Habe ich eine gute Wahrnehmung? • Schaffe ich es, Vertrauen zu gewinnen / Vertrauen zu schenken? • Gelingt mir die richtige Mischung aus präzisen Vorgaben und vertrauensvollem «Gewährenlassen».



Prof. Gernot Schulz
Dirigieren & Führen

die teilnahme

Die Tessiner Innovationstage® beginnen am
Samstag, 16. April 2016 um 15.30 Uhr und enden am
Dienstag, 19. April 2016 um 13.00 Uhr.

Der Veranstalter behält sich Programmänderungen vor.

Der Teilnahmebeitrag

Der Teilnahmebeitrag für die 4-tägigen Tessiner Innovationstage beträgt **Schweizer Franken (SFR) 2.900,- zzgl. gesetzl. MwSt.** Darin sind alle Aufwendungen für Referenten, Veranstalter, Erfrischungen, sowie der **«Tag im Ideenhaus» am Montag, 18. April 2016, inkl. Mittagslunch** enthalten. Der Teilnahmebeitrag ist nach der Anmeldung, bis spätestens **Freitag, 4. März 2016**, auf das in der Rechnung angegebene Konto zu überweisen. Bei Abmeldung nach **Freitag, 4. März 2016** werden 50% des Beitrages berechnet. Bei Abmeldung nach **Freitag, 18. März 2016** wird kein Teilnahmebeitrag zurückgezahlt. Ein gleichrangiger Ersatzteilnehmer kann gestellt werden.

Seminarveranstalter und Organisation

Bernd Nordmeyer, Nordmeyer Networks
Höllentalstrasse 86, D-79199 Kirchzarten
Telefon 0049(0)7661-9880927 • Fax 0049(0)7661-9880928
b.nordmeyer@tessiner-innovationstage.de
www.tessiner-innovationstage.de

Hotelbuchung

Hotelbuchung bitte bis **spätestens Freitag, 18.3.2016** über
Hotel Casa Berno Ascona, CH-6612 Ascona/Schweiz
Stichwort: **«Tessiner Innovationstage®»**
Telefon 0041 91-791 32 32 • Fax: 0041 91-792 11 14
hotel@casaberno.ch

Die Buchung im Hotel Casa Berno Ascona muss von den Teilnehmern selbst durchgeführt und bezahlt werden. Es ist ein Zimmerkontingent reserviert. Preise pro Tag, inklusive Halbpension mit reichhaltigem Frühstücksbuffet im Restaurant, sowie Abends ein 4-Gang Menü, die Benutzung des beheizten Schwimmbades, sowie die Bedienung und Mehrwertsteuer.

Einzelzimmer mit Bad oder Dusche:	SFR 239,-
Doppelzimmer mit Bad:	SFR 308,- als EZ
Superior-Doppelzimmer mit Bad:	SFR 328,- als EZ
Junior-Suite mit Bad:	SFR 375,- als EZ
Alle Zimmer Südseite, Seeblick, Balkon, TV, Radio, Frigobar.	

Über die besten An- und Abfahrtsmöglichkeiten nach Ascona/Tessin informiert Sie die Direktion des Hotels sehr gerne.

