

Tag im Ideenhaus
Prof. Dr. Guido Ritter
«Think-Tank im food-lab.»
Marie Le Febvre & Alexander Urban
«Think-Tank im Duftlabor.»
Werner Tiki Küstenmacher
der Simplify-Erfinder
«Think-Tank mit Limbi.»

Der produktorientierte
Innovations-Workshop für
Unternehmer und Führungskräfte
der Süßwarenindustrie

«Erfolgs-Trigger in disruptiven Phasen!»
Individuelle Leitplanken in der
Welt der Algorithmen.

Teilnehmerzahl
auf 30 begrenzt!

14. bis 17. April 2018
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 **18. 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



Die Tessiner Innovatorinnen und Innovatoren 2017

«Erfolgs-Trigger in disruptiven Phasen!» Individuelle Leitplanken in der Welt der Algorithmen.

«Nichts hat so ein grosses Innovationspotenzial wie der Einsatz von Algorithmen. Nur wenig verbirgt zugleich so viele Risiken und Nebenwirkungen», sagt Felix Stalder, Professor für digitale Kultur in Brand Eins Heft 7 zum Thema Innovation und Digitalisierung. Die 18. Tessiner Innovationstage werden sich kritisch und lösungsorientiert mit der Digitalisierung auseinandersetzen. Was bedeutet es, wenn wir immer mehr Entscheidungen an Algorithmen und IT übertragen? An was können wir uns zukünftig orientieren? Wer setzt die ethischen und moralischen Grenzen? Wie können wir uns in **disruptiven Zeiten** als **Mensch**, als **Gesellschaft**, als **Unternehmen** verhalten? Geht alles so weiter? Müssen wir alles als gegeben hinnehmen? Unsere **Impulsgeber** werden verdeutlichen, dass neben Big Data, es andere wichtige Mechanismen und Prozesse gibt, die als **Trigger** auch in Zukunft Bestand haben und Wertschöpfung bringen. Wie sehen die **Triggerfaktoren** in einer immer unübersichtlicheren ungreifbareren Welt aus? Im Workshop werden die **Vordenker** Themen aus verschiedenen Sichtweisen betrachten. Dabei wird gefragt, ob es es lohnend ist, eine **«Rückverwurzelung»** mit **weichen Faktoren** in seine strategischen Denkprozesse aufzunehmen und ob wir die Welt der Algorithmen mitgestalten können? Fest steht: Die **digitale Realität** findet statt - **ob mit oder ohne uns** - aber wir dürfen es nicht versäumen, **Klassisches und Bewährtes** einzubringen, um zu gestalten! **Beeinflussen wir, was uns beeinflusst!**

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

- Was müssen wir tun, um ständig einen neuen innovativen Weg zu gehen —●
und **wie kommen wir aus der Durchschnittsfalle?**
- Welche Gefahren birgt die **Welt der Algorithmen** und welches —●
Potential birgt die Technologie für die **Förderung von Werten?**
- Warum is(s)t heute **keiner mehr normal?** —●
- Wie werden Unternehmen und **Marken zur emotionalen Nr. 1:** analog und digital? —●
- Wie kann aus Scheitern eine **Nische** entstehen? Und worauf —●
muss man achten, wenn eine **Legenden-Marke transferiert** wird?
- Welche Herausforderungen kommen in der Zukunft bei **9 Milliarden Menschen** auf uns zu? —●
- Kann man es sich erlauben, in Zeiten der Globalisierung gegen den Strom zu schwimmen? —●
- Gibt es Wege, sein eigenes **Gehirn** und das seiner Mitmenschen **besser zu verstehen?** —●
- Wie steigert man die Zukunftsfähigkeit von **Marken?** —●
- Was können wir aus dem **«Future Fitness Score»** ableiten? —●
- Was hindert eigentlich am Erfolg? Und können wir gewohnte Pfade einfach so verlassen? —●

so urteilen teilnehmer

Claus Cersovsky, Rübezah Schokoladen GmbH: «Hier kann ich in einer besonderen Atmosphäre eine intellektuelle Auszeit mit Gleichgesinnten verbringen.»

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.»

Amecke-Mönnighof, Amecke GmbH & Co.KG: «Keine Scheu vor mutigen Vorträgen, sehr persönliche freundschaftliche Atmosphäre, sehr gute, sehr engagierte Vorträge.»

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



Bernd Kolb



Professor
Peter Wippermann



Dr. Reinhard K.
Sprenger



Reinhold Messner

die themen und die vordenker



«Die ethische Maschine.»

Die **Vernetzung** von immer mehr Objekten und Infrastrukturen verändert unser privates und professionelles Leben fundamental. Diese **Veränderungen** sind für unsere Gesellschaften relevant. Viele unserer **Werte** sind von Technologie betroffen. Im negativen Sinne steht unsere **Freiheit auf dem Spiel**, unsere Privatsphäre, die Entwicklung des Menschen zu einem wissenden Wesen, die Gesundheit, etc. Gleichzeitig birgt Technologie aber auch außerordentliche Potenziale für die Förderung von Werten. Wir wir Letzteres bewerkstelligen können soll Inhalt dieses Vortrags sein und dabei ein großes **Vertrauen** in den Menschen legen, das ‚Süße‘ zu genießen, ihm aber nicht vollkommen zu verfallen.



Prof. Dr. Sarah Spiekermann,
Wirtschaftsuniversität
Wien

«Paleo, vegan, clean eating, glutenfrei, high protein ... Warum i(s)t heute keiner mehr normal? Zur Psychologie eines Mega-Trends.»

Mehr als **20% der Bevölkerung** gehen heute bereits einem der angesagten **Ernährungsstile** nach. Das hat das Institut für Ernährungspsychologie an der Universität Göttingen in seiner aktuellen Genuss-Studie 2017 herausgefunden. Vordergründig geht es den Anhängern dabei meist um **Gesundheit** oder ökologische Kriterien.

In vielen Fällen dürfte aber ein primär verborgener **sozialer Zusatznutzen** ein noch relevanteres Motiv sein. Gerade das was ich esse liefert in den **realen und digitalen Lebenswelten** moderner Menschen neue Möglichkeiten zur Individualisierung, zur Ausbildung neuer «Familien» sowie zur Wiedererlangung von Kontrolle in abgegrenzten Lebensbereichen.



PD Dr. Thomas Ellrott,
Institut für Ernährung
Georg-August-
Universität Göttingen

die themen und die vordenker



«Wie manage ich (m)ein Talent? Die Durchschnittsfälle - Warum man über seine Grenzen gehen muss.»

Ob **Industrie 4.0**, **Migration** oder der **amerikanische Präsident** – Wirtschaftsbedingungen unterstehen heute einem permanenten und schwer vorhersehbaren **Wandel**. Um für einen sich immer rascher ändernden Markt gerüstet zu sein müssen Innovationen ständig neue Wege eröffnen. Wer einen neuen Weg gehen will, muss (s)ein **Talent** nutzen, um den alten Weg zu verlassen. Was ist überhaupt Talent und wie kann es gefördert werden? Jeder Mensch kommt mit individuellen genetischen Leistungsvoraussetzungen zur Welt. Diese müssen durch harte Arbeit entdeckt und durch **«extra miles»** in eine hervorragende Leistung umgesetzt werden. Sich dabei zu sehr auf das Bekämpfen von Schwächen zu konzentrieren raubt nur Zeit, sich seinen Stärken zu widmen und generiert **Durchschnitt, der größte Feind von Innovation**. Wer einen neuen Weg gehen will, muss den alten verlassen. **Mittelmaß schafft keinerlei Innovation**. Motivation und Risikobereitschaft setzen eine optimale Fehlerkultur im Unternehmen voraus.



Prof. Dr. Markus Hengstschläger,
Med. Universität Wien

«Wie Sie zur emotionalen Nr. 1 werden – analog und digital. Neurowissenschaftliche Hintergründe, Best Practices und konkrete Rezepte für Ihre Marke.»

Alle Welt spricht von Digitalisierung und «Uberisierung», jedes Unternehmen legt sich auch noch eine Facebook-Seite zu und niemand weiss, was wirklich auf uns zukommt. Eines aber ist sicher: Unsere **Präferenzen werden von Emotionen bestimmt**. Weshalb wirken diese so stark? Welche Rolle spielen die Sinnesindrücke und wie lassen sich diese konsequent lenken? **Wieso haben Unternehmen, welche den Konsumentenwunsch nach «Rich Enjoyment» ernst nehmen, mehr Erfolg?** Und wie können **wirkungsvolle Sinnesbrücken auch digital** geschaffen werden? – Wie das Verstehen unseres 10'000 Jahre alten Hirns hilft, die Zukunft zu antizipieren und damit mehr Erfolg zu haben.



Phillip Zutt,
EmoConsulting
Zutt&Partner AG

die themen und die vordenker



«Eine Uhrenmanufaktur mit Retrospektive – Ein Griff ins Rad der Zeit.»

Manufakturen stehen zwischen (Kunst-) Handwerk und Industrie. Sie sind historisch gesehen ihr Bindeglied. Manufakturen sind eine besondere, nicht weit verbreitete Produktionsform, die sich vor allem für die Massenfertigung nicht eignet. Zwischen 1939 und 1961 stand der Name **BORGWARD** für formvollendete Automobile aus dem Raum Bremen, heute stellt Inhaber und Produzent Jürgen Betz in der **BORGWARD Zeitmanufaktur** in Efringen-Kirchen und Bremen Uhren her, die ihrerseits die Zeit überdauern. In ihrem Vortrag zeigen Nicole und Jürgen Betz auf, wie **BORGWARD und Uhren** zusammenpassen, wie aus dem augenscheinlich anfänglichen **Scheitern ihre Nische** entstand und sich ihre kleine Manufaktur im Verlauf der vergangenen acht Jahre trotz **Gegenwind im Handel** und der **Konzernmarken** behaupten konnte. Ebenso wird die Frage beantwortet, was sich hinter dem Begriff «Zeitmanufaktur» verbirgt.



Nicole & Jürgen Betz,
Borgward
Zeitmanufaktur

«Future Fitness: Die Zukunftsfähigkeit von Produkten und Unternehmen aus Kundensicht.»

Der unaufhaltbare Wandel, den das Zeitalter der Digitalisierung und die postfaktische Ära mit sich bringen, bedeutet für Unternehmen sowohl Chancen als auch Herausforderungen für den Aufbau und Erhalt einer **zukunftsfähigen Markenpositionierung**. Der **Future Fitness Score** zeigt die aus Kundensicht wahrgenommene Zukunftsfähigkeit von **60 Marken aus den Branchen Handel, Automobil und Mobilität** sowie **Banken und Versicherungen** auf. Damit zeigt er in einer Kennziffer auf, wie zukunftsicher Kundinnen und Kunden das jeweilige Geschäftsmodell einschätzen. Ganz unabhängig von der unternehmensinternen Sicht oder der verfolgten Strategie. **Bewertet wird, was ankommt**. Und nur das zählt. Durch den mitgelieferten **Positionierungscanvas** werden zusätzlich mögliche Erklärungsansätze für die Studienergebnisse geliefert, auf deren Basis **Handlungsempfehlungen** zur Steigerung der Zukunftsfähigkeit von Marken vorgestellt werden.



Udo Klein-Bölting,
Batten & Company

die themen und die vordenker



«Wer wegrennt, wird gefressen.»

Fehler machen? Scheitern? Versagen? – Bloß nicht! Die Angst davor, etwas falsch zu machen, wird uns von Kindesbeinen an beigebracht. Die Folge ist: wir nehmen Chancen nicht wahr, wir geben viel zu früh auf und wir nehmen uns damit die Möglichkeit, unser Bestes zu geben. **Erfolg funktioniert nun mal nicht im Vermeidungsmodus.** Wer Angst hat, wird **gefressen** - vom Wettbewerb, den **Kunden** oder den **Umständen**.



Katja Porsch,
KP Berlin

Je unsicherer und schnelllebiger unsere Umwelt ist, umso agiler und angstfreier müssen wir werden. Wir müssen bereit sein, **festgefahrene Spurrillen zu verlassen**, uns auf komplett neue Dinge einzulassen und uns nicht mehr von den Erfahrungen der Vergangenheit leiten zu lassen. All das schaffen wir nur, wenn wir bereit sind, unseren Fokus zu ändern und auf die Klappe zu fliegen. Je besser Unternehmer und Unternehmen darin sind, mit **Fehlern** und **Rückschlägen** umzugehen, umso erfolgreicher werden sie sein.

Erfahren Sie in diesem **Impuls**

- wie Sie **gewohnte Pfade verlassen** und Richtungen einschlagen, die Sie sich bis dato noch nicht mal vorstellen konnten
- wie die **Vergangenheit** Ihre **Zukunft** beeinflusst und wie sie diesen Mechanismus für sich nutzen können
- wie Sie **Probleme** aus Ihrem Denken **eliminieren**, Herausforderungen in Lösungen verwandeln und Chancen ergreifen, anstatt sie ungenutzt an sich vorbeiziehen zu lassen
- warum es nie die Umstände sind, die uns am Erfolg hindern, sondern meistens unser **eigenes Kopfkino**.

der tag im ideenhaus



Der «Tag im Ideenhaus» findet in der «**Fondazione Ghisla Art Collection**» statt. Es erwartet Sie ein futuristisches Gebäude, das nach den Plänen des berühmten Architekturbüros Moro & Moro aus Locarno aus einem alten Wohnhaus gestaltet wurde. Es steht mitten in Locarno – nur wenige Meter von der Piazza Grande des berühmten **Locarno Filmfestival**, das seit 1946 stattfindet, entfernt.

Freuen Sie sich heute schon auf inspirierende Vorträge an einem äusserst kreativen Platz. Wir danken an dieser Stelle dem **Ehepaar Ghisla** und Ihrem **Direktor Herrn Boris Croce**, dass wir in dieser ausserordentlichen privaten Atmosphäre den Tag im Ideenhaus verbringen dürfen. Der Tag wird alle unsere Sinne beanspruchen und uns auf neue Wege in unseren Überlegungen für Marketing, Kommunikation und der Zukunft führen.

Wir beginnen den Tag im «**ZukunftsLab**» von **Professor Dr. Ritter** mit einem für die Süßwarenindustrie sehr relevanten Thema: «**Der Ernährung der Zukunft und der Weiterentwicklung unseres Geschmacks**».



Wir werden uns an diesem Tag öffnen müssen für neue Themen der Ernährung. Das Thema Essen und Ernährung geht über das blosse Business hinaus. Durch Themen wie **Gesundheit, Regionalität, religiöse Gepflogenheiten und die 5 Sinne** entsteht eine komplexe Mischung aus Nahrungsaufnahme, Kultur und Genuss, die einen ständigen Wandel für die Produktentwicklung verlangt.

«**Immer der Nase nach**», heisst es dann am Nachmittag. Düfte bestimmen unser Leben. Mit den Parfumeuren **Marie Le Febvre** und **Alexander Urban** unternehmen wir eine Reise zu Ihren Sinnen. Lassen Sie sich von verborgenen Welten davontragen. Profitieren Sie von einer ungewöhnlichen Geschäftsidee.

Ausserdem begegnen Sie dem **Simplify-Erfinder Werner Tiki Küstenmacher!** Er nimmt uns mit auf eine **fröhliche Expedition – eine Reise zum Mittelpunkt Ihres Gehirns**. Limbi wird Ihnen verraten, wie Ihre Grosshirnrinde mit ihm ein super Team werden.

«Ernährung der Zukunft –
Geschmack ist mehr als schmecken ...
- inkl. Verkostung und Menüvorschlag für 2030!»

Die globalen Herausforderungen im Bereich Ernährung spitzen sich bei voraussichtlich **neun Milliarden Menschen in 2050** zu. Welche Rolle spielt dabei die **Weiterentwicklung** unseres **Geschmacks**? Schon heute haben mehr als 2 Milliarden Menschen weltweit Insekten in ihren Speiseplan integriert. Im Jahr 2013 hat die Weltgesundheitsorganisation dazu aufgerufen, verstärkt Insekten als Nahrungsquelle zu nutzen. Doch können wir in Deutschland Insekten überhaupt in eine gesunde und nachhaltige Ernährung einbauen? Welche Hürden sind zu nehmen und wo liegen die Chancen? Welche Rolle spielt dabei der Genuss? Wie könnte die **Ernährung der Zukunft** überhaupt aussehen und wird sie uns auch schmecken? **Prof. Dr. Guido Ritter, Lebensmittelchemiker und Ernährungswissenschaftler, FH Münster**, beleuchtet dieses spannende Thema aus verschiedenen wissenschaftlichen Blickwinkeln. Mit einem **Ausflug in die Welt der Geschmacksentwicklung** und einer **Verkostung** nähert er sich der Thematik und überrascht am Ende mit einem Menü - Vorschlag für das Jahr 2030.



Prof. Dr. oec. troph.
Guido Ritter,
Lebensmittelchemiker
und promovierter
Ernährungswissenschaftler

«Grundkurs Zukunftsoptimismus.»

Seit einigen Jahren erleben wir eine nie dagewesene **Emotionalisierung der Politik** und des **allgemeinen Lebensgefühls**. Leider eine negative: Angst vor Überfremdung, Terror und Gewalt. Dazu die merkwürdigsten Abschottungsphantasien und ökologische Untergangsszenarien. Und das alles umgeben von beispiellosen technischen Innovationen, medizinischem Fortschritt und wirtschaftlichen Möglichkeiten. Was ist da los? Werner Tiki Küstenmacher, Autor des weltweiten Bestsellers «simplify your life» zeigt, woran es liegt: Terroristen, Populisten und soziale Medien haben herausgefunden, wie wir Menschen mit simplen Mitteln zu manipulieren sind und unser Gehirn in Angst und Schrecken versetzen können. Zusammen mit **führenden Neurowissenschaftlern** hat Küstenmacher eine **Metapher entwickelt**, mit der man sein eigenes **Gehirn** und das der lieben Mitmenschen **besser verstehen kann**. Mit **Limbi**, einem säugetierartigen Wesen inmitten unseres Schädels, eröffnet er Wege aus dem vermeintlichen Dilemma. Er tut das in bewährt gehirnfreundlicher Weise, mit Live-Karikaturen und erfrischendem Humor.



Werner Tiki
Küstenmacher,
freier Autor, Karikaturist
und Redner

«Die Besinnung auf das Wesentliche.»

Willkommen in der Welt der **Parfumeure Marie Le Febvre und Alexander Urban**. Sie geben uns Einblicke in die Welt der **Duft-Kreation, Limitierte Sense-Editions** und zeigen uns das Wesentliche im Sinne der Qualität – und hier konzentriert auf den Duft. Es geht aber auch um die Qualität des Gesamten – nach dem Motto, die Kette ist so stark wie ihr schwächstes Glied. In einer Zeit der **Globalisierung und des Massenkonsums** war es die Idee, **gegen den Strom zu schwimmen**. Mit kleinen Herstellern und Produzenten zu arbeiten, besondere hochwertige Rohmaterialien zu finden, bis hin unser eigenes Feld auf Réunion zu pachten, um da das beste Vetiver für unser Produkt herzustellen. Wir gehen auch der Frage nach, wie kommuniziert man das dem Kunden, um ihm das **Verständnis von Qualität** wiederzugeben, dass er etwas ganz Besonderes bekommt? Tauchen Sie ein in die Welt von **Urban Scents**, erleben Sie **einzigartige Produkte** und eine **smelling-session** von Düften, wie auch **Ingredienzen** und versuchen Sie eine Brücke zu schaffen zum Metier der Süßware.



Marie Le Febvre und
Alexander Urban,
Urban Scents Berlin

die teilnahme

Die **Tessiner Innovationstage**[®] beginnen am **Samstag, 14. April 2018 um 15.30 Uhr** und enden am **Dienstag, 17. April 2018 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, 16. April 2018, inkl. Mittagslunch** enthalten. Der Teilnahmebeitrag ist nach der Anmeldung, bis spätestens **Freitag, 2. März 2018**, auf das in der Rechnung angegebene Konto zu überweisen. Bei Abmeldung nach **Freitag, 2. März 2018** werden 50% des Beitrages berechnet. Bei Abmeldung nach **Freitag, 16. März 2018** 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, 16. 3. 2018** 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.

