

Der produktorientierte
Innovations-Workshop für
Unternehmer und Führungskräfte
der Süßwarenindustrie

Zukunftsperspektive: «Der E-Faktor!»
Weiche Faktoren als Wegweiser in
einer vernetzten Welt.

Teilnehmerzahl
auf 30 begrenzt!

20 Jahre!
2. bis 5. Oktober 2021
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 **20. Mal** 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 2019

Zukunftsperspektive: «Der E-Faktor!» Weiche Faktoren als Wegweiser in einer vernetzten Welt

Seit Jahren wird die Bedeutung des «**E-Faktor**» i. S. von weichen Faktoren, wie «**Empathie**» und «**Emotion**» im Wirtschaftsleben diskutiert. Altes Wirtschaftsdenken geht davon aus, dass nur Vernunft entscheidet und Emotion stört und Entscheidungen nur bewusst gefällt werden können. Das neue Denken, ob in **Führungs-, Marketing- oder in Kommunikationsfragen** geht davon aus, dass Emotion entscheidet und 70-80 % aller Entscheidungen weitgehend unbewusst gefällt werden. Welches Thema wäre für die **20-igsten Tessiner Innovationstage** besser geeignet, als eine **Bestandsaufnahme des «E-Faktor»**? Gerade die weichen Faktoren sind das **emotionale Radar**, womit sich heute in einer vernetzten Welt **Unternehmensprozesse lenken, Marken führen, Innovationsstrukturen** positiv beeinflussen lassen. Die 20. Tessiner Innovationstage werden die **emotionalen Schlüssel und Wirkungen der Key-Indikatoren** aus unterschiedlichen Perspektiven aufspüren. Am Ende wird die Erkenntnis stehen, dass es sich lohnt, in einer vernetzten Welt in weiche Faktoren strategisch zu investieren.

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

- Welche Visionen, Gedanken, Ideen durch eine Reise in «90 Minuten um die Welt» entstehen?
- Was machen erfolgreiche Unternehmen anders?
- Wertvolle Innenansichten aus einem Süßwaren-Familienunternehmen.
- Trendcheck! «Was kommt nach dem Einhorn»? Sortieren und vermessen möglicher zukünftiger Verpackungsmotive beim Geschmack und z.B. beim Zusatznutzen.
- Welche Rolle spielen Influencer und wie können sie uns über Social-Media mit ihren Followern helfen?
- Wie aus Kommentaren grosse Ideen werden.
- Wie Musik die Kreativität fördert.
- Erfahren Sie mehr über unsere Wirtschaft nach Corona und die Bedeutung für die Süßwarenindustrie.
- Kulturelle Trends, Wertewandel, Emotionen in „VUCA-Zeiten“.
- Warum disruptive Unternehmensstrategien erfolgreich sein können und wieviel Mut dieser Weg erfordert.
- Decision Points: Sicher entscheiden in turbulenten Zeiten.

so urteilen teilnehmer

Claus Cersovsky, Rübezahl Schokoladen GmbH: «Besondere Menschen in einer besonderen Gegend kommen zu besonderen Gedanken zueinander.»

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.»

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.»

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

Alexander Mock, Boettger Gruppe: «Es gibt inspirierende Vorträge - ist ein Forum von Familienunternehmen/ern und weil der Workshop „disruptiv“ zum Tagesgeschäft ist!»

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



Sven Plöger



Dr. Reinhard K.
Sprenger



Reinhold Messner

die themen und die vordenker



Special Guest:
D2-Astronaut

«In 90 Minuten um die Erde»

Basierend auf seinem gleichnamigen ausgezeichneten Buch entführt uns der **deutsche Astronaut Ulrich Walter** in die **Erlebnisse einer Raumfahrtmission**.

Der Vortrag beginnt mit der oft gestellten Frage: Wie wird man eigentlich Astronaut? Gezeigt werden original Auswahltests. Danach schließt sich das herausfordernde Astronautentraining bei der **ESA** und der **NASA** an. Diese Vorbereitungen münden in den Höhepunkt: Start und die Faszination eines Raumfluges.

Dabei werden auch **beliebte Themen** angeschnitten wie:

Wie isst man, wie schläft man im All und wie geht man dort auf die Toilette? Am Endes seines Vortrags nimmt uns Professor Walter mit auf eine **atemberaubende Bilderreise** um unseren Heimatplaneten.



Prof. Dr. Dr. Ulrich,
Walter Dipl.-Physiker
Wissenschaftsastronaut,
TU München

«Backen kann doch jeder!»

Unternehmer mit Weitblick, Verantwortungsbewusstsein und der Liebe zum Detail – dieser Ruf eilt **Andreas Land** in der Süßwarenbranche voraus. Lernen Sie einen engagierten und strategisch klugen Unternehmer näher kennen.

Andreas Land wird Ihnen in einem sehr **persönlichen Vortrag Innenansichten eines Familienunternehmens reflektieren** und den Fragen nachgehen: **Ratio vs. Gefühl, Zucker** und **wie es überhaupt weitergeht**. Freuen Sie sich auf einen Blick voraus!



Andreas Land,
Geschäftsführender
Gesellschafter
Griesson de Beukelaer

die themen und die vordenker



«Süßwaren-Trends erkennen und verstärken: Wie Influencer dabei helfen können»

Welche **Verpackungsmotive** sind in den nächsten Jahren gefragt: Ist es das Lama, die Meerjungfrau oder das Faultier? Gib es einen **Trend zu bestimmten Geschmacksrichtungen** wie Salted Caramel, Cheesecake oder Wassermelone? Auf welche Zusatznutzen legen Verbraucher größeren Wert: mehr Protein, weniger Zucker oder eine umweltfreundliche Verpackung?

Bei der Beantwortung dieser Fragen können **Influencer** helfen: Sie sind Experten der Branche, über die sie berichten. Aber anders als Journalisten, deren Berufsethos kritische Distanz verlangt, sind sie auch emotional involviert und sagen unverblümt die eigene Meinung. Doch **Foodblogger, YouTuber und Instagrammer** können mehr als nur neue Trends aufspüren. Sie verstärken diese auch oder fungieren gar als deren Auslöser.

Denn erfolgreiche Influencer bringen ihr eigenes Publikum mit: Sie sind **Moderatoren und Sendestationen** in einem - mit Zehntausend oder Hunderttausend Followern in den verschiedenen **Social Media-Kanälen**. Für ihre Anhängerschaft sind Influencer unterhaltsamer und vor allem glaubwürdiger als die blanken Werbebotschaften, die Hersteller über klassische Kanäle ausspielt. Und vor allem: sie kommen an junge Zielgruppen ran, die von klassischen Medien wie Zeitungen, Zeitschriften oder TV gar kaum noch erreicht werden.

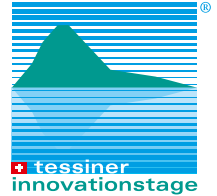
Candy Blogger Oliver Numrich (@naschkater.com) gibt einen Überblick über **aktuelle Trends** bei Süßwaren und Snacks sowie das **Zusammenspiel von Produktart, Zutaten, Aromen und Verpackungsmotiven**. Danach zeigt er, wie Food Influencer auf der ganzen Welt Innovationen und neue Trends entdecken.

Anschließend führt er aus, wie **mittelständische Süßwarenhersteller** von der Zusammenarbeit mit Influencern profitieren können und was sie dabei unbedingt beachten sollten.



Oliver Numrich,
Diplomsociologe,
Berater, Journalist und
Candy Blogger

die themen und die vordenker



«„Zeitenwende“ – kulturelle Trends, Wertewandel und Emotionen in „VUCA-Zeiten“»

Schon vor dem Ausbruch der aktuellen Pandemie war der **Konsum** in den Industrienationen **in einer Sinnkrise** gefangen. Corona ist Kulminationspunkt und Beschleuniger für Entwicklungen der Konsumkultur, die vorher schon angelegt waren.

Die 2020-er Jahre werden von Unsicherheit bestimmt sein. Vielfältige (globale) Konflikte und Spannungen kündigen sich an.

In dem Vortrag werden **aktuelle psychologische Kulturanalysen** und **Rückschlüsse** auf eine zeitgemäße Markenführung dargestellt.

Themen sind dabei u.a.: zwischen „**Maximierungskult**“ und **Rückbesinnungssehnsucht** – oder **Konsumkultur** zwischen „**Black Friday**“ und „**Fridays for Future**“? Inwieweit prägen „Moral am Regal und Nachhaltigkeitswünsche neue Konsumleitbilder“

Dabei werden die Chancen für das **Marketing an Beispielen** dargelegt. Der „**paradoxe Konsument**“ sucht Markenversprechen, die es ihm erlauben, die in unserer Kultur unvermeidbaren Gegensätze und Spannungsfelder „zu leben“. „Marken können damit zu „Outfittern“, Enablern und Sinnstiftern für die neuen unsicheren **VUCA-Zeiten** werden“.



Thomas Ebenfeld,
concept m

die themen und die vordenker



«Empathie, Emotionen und Einhörner – wie aus Kommentaren große Ideen werden»

Was möchte die eigene Community eigentlich wirklich?

Manchmal reicht schon ein einzelner Tweet, eine Direktnachricht oder ein ungewöhnliches Userverhalten, um einen Hinweis darauf zu erhalten – allerdings muss man das auch **erkennen** und zu **verstehen** wissen. Ein bloßes Listening ist dafür nicht ausreichend.

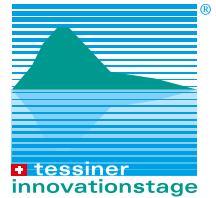
Vielmehr bedarf es **empathischer Fähigkeiten**, mit denen man sich in die Menschen auf der anderen Seite des Bildschirms einfühlen kann. Schafft man das, fällt die Entwicklung adäquater Kommunikationsmaßnahmen zur Auslösung der gewünschten Emotionen in der Community wesentlich leichter.

Am **Beispiel von Ritter Sport** wird aufgezeigt, wie essentiell dieser Ansatz für die Marke in den letzten 10 Jahren im **Social Web** war und welche Kampagnen daraus entstanden sind.



Benjamin Wittkamp,
Director Social Media
Elbkind Reply GmbH

die themen und die vordenker



«Erfolgreich durch Disruption.»

Es wird viel über Disruption gesprochen. **Disruptive Innovation** ist eine **Gebot der Gründerszene** und unterscheidet sich deutlich von einer **«nur normalen» Innovation**. Der Unterschied zwischen einer normalen Innovation, wie sie in allen Branchen vorkommen kann, und einer disruptiven Innovation liegt in der **Art und Weise der Veränderung**. Während es sich bei einer Innovation um eine Erneuerung handelt, die den Markt nicht grundlegend verändert, sondern lediglich weiterentwickelt, bezeichnet die **disruptive Innovation** eine **komplette Umstrukturierung** beziehungsweise **Zerschlagung des bestehenden Modells**. Erfahren Sie an den diesjährigen Tessiner

Innovationstagen von **Anton Stetter**, seit 1999 Mitinhaber und Mitbegründer der SLYRS Destillerie, bis ins Detail was Disruption in Ihrem Unternehmen bewirken wird. **Eine aussergewöhnliche Unternehmensentwicklung.**



Anton Stetter,
Mitinhaber u. -gründer
SLYRS Destillerie,
Schliersee

«Decision Points: Sicher entscheiden in turbulenten Zeiten!»

Weder im Cockpit noch im Leben verläuft alles nach Plan. Egal wie gut der Plan ist. Was einen Leader am Boden wie in der Luft auszeichnet, ist sein Umgang mit **plötzlichen Veränderungen**. Eine Krise schärft unseren Blick, was Führung im Kern bedeutet:

Mutiges Entscheiden, klare Krisenkommunikation und zielgerichtete Fehlerkultur. Phillip Keil spricht über den „Decision Point“ seines Lebens und überträgt Strategien von Profi-Piloten auf Change-Prozesse in Wirtschaft und Gesellschaft. Sein Credo: Eine Krise zeigt uns unsere Schwächen. Sie erinnert uns aber auch an unsere Stärken. Beides eröffnet **wertvolle Chancen**.



Phillip Keil,
Pilot, Speaker und
Autor

- Wer Ziele erreichen will, muss Menschen erreichen:
Führen in der Krise
- Decision Points: wie Sie Veränderung meistern und große Entscheidungen treffen
 - Aus der Krise lernen heißt aus Fehlern lernen:
so leben Sie positive Fehlerkultur.

der tag im ideenhaus



Wir werden den **20igsten «Tag im Ideenhaus»** in der Filmfestivalstadt Locarno verbringen. In einer **einzigartigen Location**, in einer ganz **eigenen kreativen Atmosphäre**. Mit einer **einzigartigen Aussicht**, die Lichtreflexe zwischen Wasser und Himmel bietet, umgeben von der **südalpinen Skyline**.

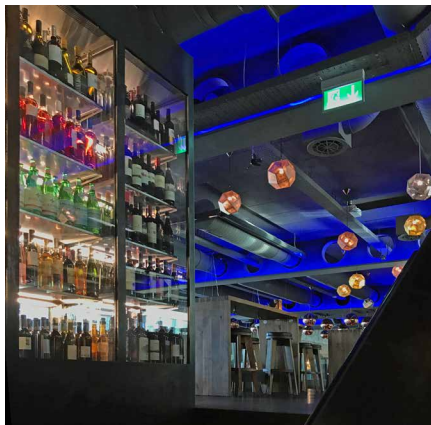
Freuen dürfen Sie sich auf die Begegnung mit der **Fernsehjournalistin und TV Moderatorin** und **Börsenkorrespondentin** der ARD-«Tagesthemen» **Anja Kohl**, dem weiblichen Kopf der ARD-Börsensendung **«Börse vor Acht»!**

Anja Kohl wurde auf Grund ihrer Fachkompetenz, ihrem informativen und unverwechselbaren Stil mehrfach ausgezeichnet und unter die 101 besten Journalisten des Jahres gewählt.

Nirgendwo wird die Thematik unseres diesjährigen Workshop-Themas: **«Der E-Faktor»** deutlicher als im weltweiten Börsengeschehen.

Am Nachmittag werden wir eine sehr empathische und nützliche Zeit mit einem Ihnen allen bekannten Dirigenten, Komponisten und Virtuosen im Ideenhaus verbringen. **Eine beeindruckende Stunde in Kreativität.**

Zum Ausklang des Tages wird **René Giessen** Sie auf eine kleine **Reise** „Vom Kindergarten bis nach Hollywood“ mitnehmen.



«Unsere Wirtschaft nach Corona»

Die Coronakrise hat die Wirtschaft im Griff. Corona spaltet die Unternehmenswelt in **Gewinner und Verlierer**. Einige Entwicklungen werden unterbrochen, andere dafür beschleunigt, allen voran die Digitalisierung. Rohstoff- und Absatzmärkte verschieben sich. Regierungen und Notenbanken stabilisieren das Wirtschafts- und Finanzsystem mit nie dagewesenen Milliardensummen.

Mit welchen wirtschaftlichen Auswirkungen ist vor diesem

Hintergrund zu rechnen? Mittel-, aber auch längerfristig ?

Was bedeuten diese Entwicklungen für die Süßwarenindustrie?

Vor Corona hatte sich die Wachstumsachse Richtung China verschoben. Gut eine Milliarde Menschen haben zwangsläufig einen Anspruch. Doch was passiert jetzt mit der Globalisierung? Wo bleibt Europa, der Euro, unser Wohlstand? Letztlich: wie sieht die Welt nach Corona aus? Anja Kohl liefert in ihrem Vortrag

„Unsere Wirtschaft nach Corona“

Antworten auf diese Fragen. Anja Kohl ist krisenerprobt und analysiert seit **mehr als 20 Jahren** die Börse und die Wirtschaft mit ihrem ganz eigenen Blickwinkel.

«Dirigent, Komponist und Virtuose.»

René Giessen verkörpert stets die Mischung aus den drei Welten seines Vortragstitels. Der studierte Orchestermusiker, der bei den **New-Yorkern Philharmoniker** genauso zu Hause ist, wie

bei den **Berliner Philharmoniker** entführt uns bei den 20igsten Tessiner Innovationstagen gemeinsam in eine andere Welt. **Eine lehrreiche, empathische und emotionale Stunde in Musik und Kreativität.**



Anja Kohl,
Fernsehjournalistin und
Börsenkorespondentin
ARD® boerse vor acht®



René Giessen,
Dirigent, Komponist
und Virtuose

die teilnahme

Die **Tessiner Innovationstage**[®] beginnen am **Samstag, 2. Oktober 2021 um 15.30 Uhr** und enden am **Dienstag, 5. Oktober 2021 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, 4. Oktober 2021**, inkl.

Mittagslunch enthalten. Der Teilnahmebeitrag ist nach der Anmeldung, bis spätestens **Freitag, 20. August 2021**, auf das in der Rechnung angegebene Konto zu überweisen. Bei Abmeldung nach **Freitag, 20. August 2021** werden 50% des Beitrages berechnet.

Bei Abmeldung nach **Freitag, 3. September 2021** 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, 3. September 2021** 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, Safe.

