

Tag im Ideenhaus

Hanni Rützler

futurefoodstudio

Philip Keil

Pilot, Speaker,
Autor



Der produktorientierte
Innovations-Workshop für
Unternehmer und Führungskräfte
der Süßwarenindustrie

RÜCKBLICK NACH VORNE: «Wandel!»
Learnings und Impulse mit Ideengebern
und Innovationslotsen.

Teilnehmerzahl
auf 30 begrenzt!

9. bis 12. April 2022
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 **21. 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 2021



RÜCKBLICK NACH VORNE: «Wandel!» Learnings und Impulse mit Ideengebern und Innovationslotsen.

«Wer nach vorne blickt, weiss nie, was wirklich Sinn ergibt. Nur im Rückblick erscheint etwas logisch», das sagt niemand Geringerer als Steve Jobs. Seit 2 Jahren beobachten wir eine nie zuvor erlebte Veränderung unserer **Wirtschaft, Gesellschaft** und **Kultur**. Was heute noch gut zu funktionieren scheint, geht auf einmal in vielen Bereichen nicht mehr. Die Sehnsucht nach guten alten Kaufmannsregeln, nach geordneten Dingen ist gross. Der Wandel scheint grösser und stärker zu sein. **Wandel steht für Veränderung**. Hierfür benötigen wir Orientierungshilfen. Dabei helfen uns **Innovationslotsen** und **Ideengeber**. Diese werden uns bei diesen 21. Tessiner Innovationstagen aufzeigen, was unter den jetzigen Bedingungen in relevanten Themenbereichen die **Sprungbretter für Innovationen** sind, damit wir den richtigen Kurs finden.

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

- Was ist eigentlich flourishing? —●
- Warum erarbeiten manche Unternehmen höhere und nachhaltigere Gewinne als Andere? —●
- FutureTrends entdecken. —●
- Wie wirkt sich in Deutschland und Europa der wirtschaftliche und soziale «Shutdown» durch Corona auf unsere Essenserlebnisse aus. —●
- Leadership neu denken. —●
- Erfahren Sie alles Wesentlich über die Generation «No Brand». —●
- Lebt die Jugend wirklich ohne Marken? —●
- Digitales Verpackungsdesign für Ihre Produkte. —●
- In welchen alltäglichen Umfeldern ist eine Marke heute bedeutsam? —●
- In welchen anderen kann sie es morgen sein? —●
- Welche Cues muss eine Marke dort bedienen? Welche Codes kann sie dafür einsetzen? —●
- Erhalten Sie neue Einblicke und alles Wissenswerte über eine «blaue Zukunft» zum Thema Nachhaltigkeit. —●
- Wie E-Food die letzte grosse Bastion des Handels aufbricht. —●
- Alles über Märkte Strategien und Player. —●

so urteilen teilnehmer

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.»

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 Erlernete 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.»

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

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.»

Philipp Schladerer, Alfred Schladerer GmbH: «Eine Flucht aus dem Hamsterrad, lenkt den Blick wieder auf die wesentlichen Aufgaben. Inspirierende Vorträge erweitern den Horizont. Wiedersehen mit Freunden.»

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.»



Anja Kohl



Matthias Horx



Tim Mälzer



Bernd Kolb



Sven Plöger



Dr. Reinhard K.
Sprenger



Reinhold Messner

die themen und die vordenker



«Vergessen Sie Motivation – let's flourish!» Flourishing: wie sie sich und andere zum erblühen bringen

Warum erarbeiten manche Unternehmen höhere und **nachhaltigere Gewinne** als andere? Und: Warum sind die einen beliebtere Arbeitgeber*innen als die anderen? Sabine Asgodom ist davon überzeugt, dass es vom Ton, der **Stimmung und dem Klima im Unternehmen** abhängt. Stimmt dieses, können Unternehmer*innen, Führungskräfte, Teams und Mitarbeiter*innen aufblühen. Den Raum für das «Flourishing» von Mitarbeitenden, so der Fachbegriff aus der Positiven Psychologie, bewusst zu bieten und zu gestalten, bringt **unternehmerische Erfolge**, das beweisen zahlreiche Studien und Praxisbeispiele.

Mitarbeiter*innen brauchen fünf Grundlagen, um «aufzublühen» und damit ihr Bestes geben zu können:

- Positive Emotionen erleben • die eigenen Stärken kennen und einsetzen • Sinn im Tun sehen • Flow-Erlebnisse haben • gute Beziehungen zu Kollegen und Vorgesetzten leben.

In ihrem humorvollen Vortrag zeigt Sabine Asgodom an vielen praktischen Beispielen, wie Sie diese Grundlagen für ein blühendes und gelingendes (Arbeits)Leben zum einen für sich selbst umsetzen können, und warum es so beglückend - und einfach - ist, als Unternehmer*in und Führungskraft auch andere Menschen zum Aufblühen zu bringen.

INNOVATIONSREISE - Thesen/Ideen/Anstöße zur Süßwarenverpackung von morgen

Der digitale Wandel macht auch vor der Verpackung nicht Halt.

Die Verpackung muss und kann sich nicht nur anpassen, sondern gewinnt durch die Digitalisierung auch völlig neue Möglichkeiten, Konsumenten zu gewinnen und zu begeistern.

Im Vortrag unternimmt Thomas Reiner mit Ihnen eine **Reise durch andere Branchen und Regionen** und schaut an, was **digitales Packungsdesign** alles kann. Daraus werden Sie wertvolle Erkenntnisse für Ihre täglich Arbeit gewinnen und sehen, wie Interaktivität, Kommunikation und Adaptivität über die Verpackung auf eine neue Ebene gehoben werden kann.



Sabine Asgodom,
Asgodom Inspiration
Company GmbH



Thomas Reiner,
Berndt + Partner Group

die themen und die vordenker



«Die Zukunft ist blau!» Wie Nachhaltigkeit zum Erfolgsfaktor für Ihr Unternehmen wird.

Die Gesellschaft steht vor einem großen Wandel. Die Steigerungslogik der Wachstumskultur hat jedes verträgliche Maß überschritten. Das Lieferkettenkontrollgesetz ist Realität und wird für Sie bis spätestens 2025 anzuwenden sein. Die **EU Initiativen GREEN DEAL** und **„from farm to fork“** werden zeitnah in nationale Verordnungen umgesetzt. Der **deutsche Handel plant konsequente Restriktionen** wenn seine Lieferanten die Lieferketten nicht Richtung Nachhaltigkeit optimieren. Ergo; Wirtschaft muss ‚grüner‘ werden. Gesellschaft wie Wirtschaft werden zu mehr Nachhaltigkeit transformiert. Bevor Sie zum Getriebenen werden, können Sie heute schon als Entscheider das richtige ‚UNTERNEHMEN‘. **Gestalten Sie als Possiblist die Zukunft. Wir glauben daran, dass der bessere Weg in die Zukunft BLAU und nicht GRÜN ist.**



Volker Köhnen,
Food Professionals

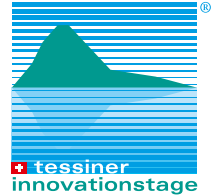
Generation «No Brand» - Jugend ohne Marken?

iconkids & youth wurde 1996 von einem Team erfahrener Kinder- und Jugendforscher gegründet. Seitdem hat sich das Institut zum größten deutschen Spezialinstitut für junge Zielgruppen entwickelt. Auf vielfachen Wunsch haben wir Herrn Dammler nach seinem an unserem 20. Innovations-Workshop für das Forum so nutzbringenden Vortrag über Social-Media und Influencerwirkung nochmals gewinnen können und werden intensiv der folgenden Frage nachgehen: Was sagen die Ergebnisse der Jugendforschung über die Zukunft von Marken in Zeiten von hochfrequenten Social Media? Aus Sicht der Marktforschung wird im Vortrag betrachtet: • **Welche Rolle spielen Marken bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen – oder besser: Welche Rolle dürfen sie spielen?** • **Können Massenmarken in einem fragmentierten Jugendkosmos funktionieren?** • **Gibt es überhaupt noch die Chance auf langfristige Markenbindung?** • **Lohnt sich die Investition in neue Marken? Oder reichen coole Produkte und ein guter Social Media Account?**



Axel Dammler,
iconkids & youth
international research
GmbH

die themen und die vordenker



Essenserlebnis im Wandel: Einblick in die Zukunft des Food-Erlebnismarketings!

Die Corona-Pandemie bedingte in Deutschland und Europa im März 2020 einen wirtschaftlichen und sozialen «Shutdown». Völlig unvorbereitet wurde die Menschheit in eine Situation der Isolation und des «Social Distancing» versetzt. Viele Menschen mussten aufgrund von **«Social Distancing»** auf jegliche Form von sozialen Erlebnissen verzichten.

Der Mensch als soziales Wesen ist es aber nicht gewohnt, auf Geselligkeit und Begegnung zu verzichten.

Die Corona-bedingte Verzichtserfahrung hat Menschen verändert. Während wir in der Vor-Corona-Zeit eine **«Destrukturierung» des Essens erlebten**, setzte die Corona bedingte Auflösung des Alltags eine **Renaissance und Rückbesinnung auf tradierte Essgewohnheiten** in Gang. Am Beispiel der Corona-Pandemie wird an den diesjährigen Tessiner Innovationstagen von Prof. Dr. Adrienne Steffen die **Bedeutung von Essenserlebnissen für Menschen** aufgezeigt und wie sich das Marketing für Essenserlebnisse zukünftig verändern könnte.



Professor Dr.
Adrienne Steffen,
IU Internationale
Hochschule

«Retail 2025: Hört endlich auf zu verkaufen!»

Der **Shopper** passt in keine der klassischen Segmente mehr, sein Verhalten wird zunehmend **hybrid**. Eine weitere Disruption stellt die Digitalisierung dar, auf die sich die Marktteilnehmer in Riesenschritten stellen müssen. Der Handel der Zukunft hat als Wettbewerber nicht mehr nur die konkurrierenden Kanäle, sondern zunehmend auch digitale Angebote und andere Freizeitaktivitäten. Aber es gibt auch neue Chancen: Die **Emotionalisierung des PoS** bringt mehr Impulse, das Schaffen von Kontexten steigert den Erlebniswert und damit die Attraktivität aller Formate. Neueste Erkenntnisse aus der Hirnforschung werden übersetzt in praktischen Nutzen für Handel und Industrie.

- **5 Dekaden Rückblick:** Der Kunde auf dem Weg zum Professional
- Der Kunde denkt nicht in Kanälen, sondern erlebt begeisterte Handelskonzepte
- Neuromarketing-Exkurs: Was passiert in der Sekunde der Kaufentscheidung im Hirn des Kunden und wie nutzen wir das?
- Lernen aus anderen Branchen: Wie stärke ich durch neue Kontexte meinen Auftritt.



Frank Rehme,
Innovator
Entrepreneur
Inkubator

die themen und die vordenker



Relevanz gibt es nur im echten Leben. Was Marken gewinnen, wenn sie Esoterik durch Alltag ersetzen.

Viel ist gesagt und geschrieben worden über Corona als Brennglas für Missstände und notwendige Veränderung. Damit reiht sich die **Pandemie** ein in eine **Vielzahl von Brenngläsern**.

Demographie, Digitalisierung, Klimawandel legen es nahe, Dingen auf den Grund zu gehen. Das ‚Wie‘ zu dekonstruieren und im Hinblick auf das ‚Warum‘ im Sinne eines First Principle Thinking neu zu justieren.

Also radikal ehrlich: **Wo stehen Marken im Leben ihrer Verbraucher?** Welche Rolle spielen sie wirklich – jenseits religiöser Vorstellungen von unbewussten Konflikten, schizophrenen Konsumenten oder konstruiertem Purpose? Was ist der Stand der Wissenschaft? Und was bedeutet das ganz konkret für Marken? Wie kommen sie aus einem reaktiven Modus wieder ins Führen und Orientierung geben?

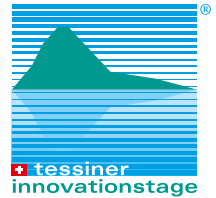
Eine Kern-Erkenntnis dieser Reise verschiebt den Fokus im Marketing erheblich. Vom angeblichen Inneren der Zielgruppe hin zum Äußeren. Zum realen Kontext ihres Kauf- und Konsumverhaltens. In welchen alltäglichen Umfeldern ist eine Marke heute bedeutsam? In welchen anderen kann sie es morgen sein? Was ist dann der Wettbewerb? Welche Cues muss eine Marke dort bedienen? Welche Codes kann sie dafür einsetzen? Und welche Mechaniken helfen, daraus einen Wettbewerbsvorteil zu machen?

Eine zweite führt Marken auf das zurück, was sie am Ende sind. Keine Sinnstifter, kein Mittelpunkt im Leben der Menschen, keine Love Brands. Sondern **Antworten auf die Herausforderungen unseres Alltags**. Auf das zentrale **Bedürfnis des Menschen**, sich Tag für Tag als **Gestalter seines Lebens** zu begreifen. Als Selbst-wirksam und effizient im Hinblick auf seine Ziele. Context Marketing nimmt dem Kaiser Marke seine falschen Kleider und zieht im neue an. Zeitgemäße, wirklich Alltagsrelevante.



Florian Klaus,
K&A
BrandResearch AG

die themen und die vordenker



«Digital! Die Rolle von E-Commerce für Produzenten und Händler im Lebensmittelsegment.»

Der Handel mit Lebensmitteln im Netz erfreut sich immer grösserer Beliebtheit. Schon vor der Pandemie wuchs der Lebensmittelonlinehandel in Deutschland pro Jahr mit zweistelligen Raten und es scheint, dass den Angreifern gelingt, die letzte analoge Bastion des Handels zu stürmen. In meinem Vortrag möchte ich die neusten Entwicklungen innerhalb eines noch vergleichsweise jungen Branchenzweigs sowie dessen Besonderheiten aufzeigen.

Themen sind dabei unter anderem: Neue Methoden und **innovative Ansätze** der **Produktentwicklung** und **Marktbearbeitung**, Disruption im Branchenkontext, Umprägung und Veränderung der Kundenbedürfnisse sowie die gestärkte Rolle von Startups- und Nischenanbietern in einem kompetitiven Markt. Abgerundet wird der Vortrag durch Thesen zur Entwicklung der E-Food Landschaft, sowie eine Fülle **anschaulicher Praxis-Beispiele** aus aller Welt.



Dr. Matthias Schu,
E-Food-Experte

Medizin und Trucking, oder vom Herzchirurgen zum Fernfahrer

Viele Menschen haben Träume, nur selten werden sie realisiert, weil der **Mut zur Veränderung** fehlt.

Nach **30 jähriger Tätigkeit als Herzchirurg** und **10'000 Herzoperationen** habe ich mir mit 57 Jahren einen Bubenraum erfüllt, einmal im Leben einen LKW fahren zu dürfen. Es blieb nicht bei dem einzigen Mal. Ich stieg aus dem faszinierenden Beruf des Herzchirurgen in einer wunderbaren Ärztgruppe aus und nahm Platz im eigenen Tanksattelzug, in welchem ich als selbständiger Fernfahrer in Mitteleuropa **flüssige Lebensmittel** und **Süsswarenindustrie transportierte**.

Ich lasse Sie in Wort und Bild teilnehmen an meinen beruflichen Tätigkeiten, den Gründen für den Berufswechsel und der Horizonterweiterung, die ich erfahren durfte und für die ich so dankbar bin.

«**Mut steht am Anfang des Handelns, Glück am Ende**»
(Demokrit)



Dr. med. Markus Studer
Herzchirurg und
Fernfahrer

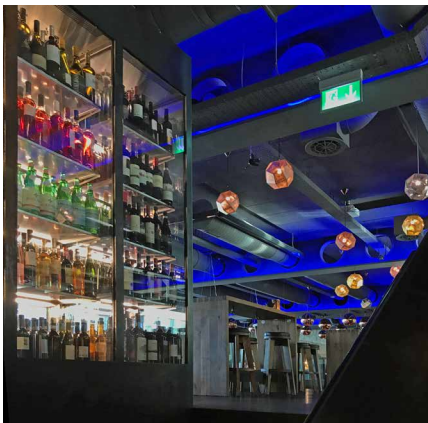
der tag im ideenhaus



Wir werden den **21igsten «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**.

Sie werden an diesem Tag eine der international renommiertesten Foodtrend-Forscherinnen treffen. **Hanni Rützler** ist Gründerin und Leitern des futurestudio in Wien. Sie ist bekannt dafür, den **Wandel unserer Esskultur** umfassend wahrzunehmen, aber auch unscheinbare Veränderungen zu registrieren und einzuordnen. Dabei hat sie nicht nur den deutschsprachigen und **europäischen Raum** im Blick, sondern auch **weltweite Entwicklungen**. Kommen Sie mit auf die Spuren unserer Food-Innovationslotsin. Es wird sich für Ihr Unternehmen lohnen, denn: **«Foodtrends sind aktuelle Antworten auf aktuelle Bedürfnisse und Probleme und spiegeln wandelnde Werte wider».**

Zum 2. Mal bei den Tessiner Innovationstagen heisst Sie im weiteren Verlauf am **«Tag im Ideenhaus»** der **Pilot Philip Keil** an Bord herzlich willkommen. Er wird Sie auf unserer **Flugreise** zunächst mit einem **mehrfach ausgezeichneten Vortrag zum Thema «Leadership»** mitnehmen. Nach dem Zwischenstopp am Mittag wird uns unser Kapitän in einem **interaktiven Workshop** begleiten und sicher an unser Tagesziel führen. **Learnings und Impulse garantiert!**



Zwischen Healthy Hedonism, Plant Based Food und Real Omnivore - Was essen wir morgen?

Angeschoben durch die Pandemie haben die Megatrends **Gesundheit**, **Neo Nature** und **Konnektivität** deutlich an Kraft und Tempo zugelegt. Das hat schon heute deutliche Auswirkungen auf unsere Esskultur und wird in Zukunft mitbestimmen, was unter «gutem Essen» und «gesunder Ernährung» verstanden wird. Denn das Verständnis von Gesundheit wandelt sich. Sie wird nicht mehr als Voraussetzung für ein gutes Leben aufgefasst, sondern als aktiv mitzugestaltender Aspekt der Lebensqualität. Damit verändert sich auch das Verständnis von «gesunder Ernährung». Es reicht über einseitige persönliche Interessen wie Gewichtsabnahme, Fitness, Aufbau der Darmflora etc. hinaus und schließt auch Fragen der Nachhaltigkeit und der Lebensmittelqualität mit ein. In ihrem Vortrag präsentiert und erläutert Hanni Rützler jene Foodtrends, die diesen Wandel reflektieren und Wege aufzeigen, wie **Genuss und Gesundheit** - einschließlich der unserer Umwelt - **in Zukunft Hand in Hand gehen**.



Hanni Rützler
futurefoodstudio

Teil 1: Crash oder Punktlandung? Das Team macht den Unterschied!

Fliegen ist vor allem Eines: **Teamwork**. Was ist das Geheimnis agiler Teams? Ihre Vielfalt! Jenseits starrer Hierarchien ermöglichen unterschiedliche Rollen, Blickwinkel und Erfahrungen, schnell voneinander zu lernen und als Gemeinschaft zu agieren. Hier geht die Luftfahrt neue, unkonventionelle Wege. Philip Keil öffnet seine Cockpit-Tür und gewährt außergewöhnliche Einblicke in eine Teamkultur des Vertrauens und der Eigeninitiative. **Dieser mehrfach ausgezeichnete Impulsvortrag denkt Leadership neu - spannend und mit konkreten Tools aus der Praxis für die Praxis.**



Phillip Keil,
Pilot, Speaker und
Autor

Teil 2: Willkommen an Bord...

... nehmen Sie teil an einem interaktiven Workshop unter Leitung unseres Flugkapitäns: «Von Piloten lernen: Im Team Entscheidungen treffen und Veränderungen meistern». Sie werden in Gruppenübungen als Crew unter Anwendung einer **NASA-Checkliste**, die speziell für Piloten in schwierigen Situationen entwickelt wurde, tief in das Thema eindringen und später in Ihrem Unternehmensalltag mit grossem Nutzen anwenden können.

die teilnahme

Die **Tessiner Innovationstage®** beginnen am **Samstag, 9. April 2022** um **15.30 Uhr** und enden am **Dienstag, 12. April 2022** um **13.00 Uhr**.
Der Veranstalter behält sich Programmänderungen vor.

Der Teilnahmebeitrag

Der Teilnahmebeitrag für die 4-tägigen Tessiner Innovationstage beträgt **€ 2.900,- zzgl. gesetzl. MwSt.** Darin sind alle Aufwendungen für Referenten, Veranstalter, Erfrischungen, sowie der **«Tag im Ideenhaus»** am **Montag, 11. April 2022**, inkl. **Mittagslunch** enthalten.

Der Teilnahmebeitrag ist nach der Anmeldung, bis spätestens **Freitag, 25. Februar 2022**, auf das in der Rechnung angegebene Konto zu überweisen. Bei Abmeldung nach **Freitag, 25. Februar 2022** werden 50% des Beitrages berechnet. Bei Abmeldung nach **Freitag, 11. März 2022** 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, 11. März 2022** 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.	

