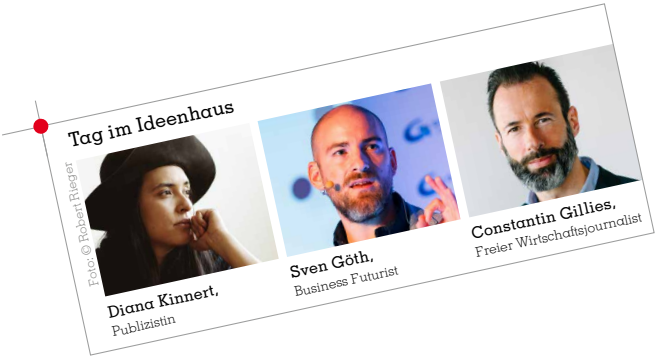
tessiner innovationstage®



Der produktorientierte Innovations-Workshop für Unternehmer und Führungskräfte der Süsswarenindustrie

«Blickwinkel von analog bis digital!» Inspirierende Denkanstösse in sich verändernden Lebens- und Konsumräumen.

Teilnehmerzahl auf 30 begrenzt!

1. bis 4. April 2023
Ascona/Schweiz

Mit freundlicher Unterstützung

beneo connecting nutrition and health
EXBERRY GROWING COLORS
colordruck Baiersbronn
THEEGARTEN PACTEC smarter packaging
SOLLICH

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 **22. 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 2022

tessiner innovationstage® 2023

Multiple Zeiten und die gesamte Wertschöpfungskette der Süßware steckt mittendrin. Eine der wichtigen Fragen wird sein, welcher **Handlungsrahmen in stark verändernden Lebens- und Konsumräumen für die Süßware** gegeben sein wird. Wird es eine Anders-Orientierung geben oder wird es sogar eine völlige Neu-Orientierung geben müssen?

Unausweichlich wird sein, die neuen **Möglichkeiten des Informationsraumes** anzunehmen. Wir werden nicht umhinkommen in vielen Bereichen, die Digitalisierung in unsere tägliche Arbeit einfliessen zu lassen. Digitalisierung ist aber nicht die Lösung aller Probleme! Wir müssen zunächst verstehen, wie die **Marktbeteiligten in unseren multiplen Zeiten ticken und was sie bewegt**, um Ideen und Strategien neu denken zu können.

Was werden wir aus der **analogen Welt** mitnehmen, wie kann **Künstliche Intelligenz** uns unterstützen und damit ein **neues Kapitel** in unserem unternehmerischen Denken, in Produktentwicklung, Marketing und Kommunikation aufschlagen? Lassen Sie uns **Impulse** aufspüren, wo unsere Erfahrungsreise in multiplen Zeiten hingehen kann, und **Lösungen entdecken**, wie in veränderten Lebens- und Konsumräumen unsere Zielgruppen auch zukünftig von der **Süßwarenwelt begeistert** sein werden!

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

- Wie bereiten sich (Familien)Unternehmen auf weitere (un)mögliche Zukünfte vor?
- Was treibt Konsumenten in Ernährungsfragen an, wenn sich Lebensstile verändern?
- Welche Chancen bieten sich für die PE bei neuen Geschmacksrichtungen?
- Was können eigentlich Süsslupinen?
- Wie sehen die aktuellen Genuss-Leitbilder bei Süssware aus?
- Welche Bedürfnisse stehen hinter dem bewussten Konsum?
- Wie kann KI eine neue Art der Markenpositionierung und automatische Inhaltserstellung möglich machen?
- Welche Kompetenzen benötigen wir für das 21. Jahrhundert?
- Was kommt mit der 2. Digitalen Revolution auf uns zu?
- Vereinsamt unsere Gesellschaft?
- Wie geht ein Modelabel und können wir uns davon inspirieren lassen?
- Wie kann ich erfolgreich auch unter extremen Bedingungen sein?

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 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.»

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

Ist das Zukunft, oder kann das weg? Ein Appell zur Kontextkompetenz

Dr. Maximilian Lude,
philoneos GmbH

Ökonomisch, kulturell und politisch leben wir seit 2020 in einer **neuen Ära**. Diese Ära ist gekennzeichnet von Gegenwartsanalysen, Krisenermüdung und kultureller Lähmung. Mal wieder hat der Kontext zugeschlagen, **wichtige wirtschaftliche Mechanismen wie Konsumverhalten, Arbeitsgewohnheiten**, oder **Wertschöpfungsketten** wurden in den vergangenen Monaten und Jahren neu ausgerichtet oder gänzlich in Frage gestellt – und das aufgrund von mehreren, kaum vorhersehbaren, radikalen Änderungen unserer so lieb gewonnen Normalität. Zoom und Miro prägten den Arbeitsalltag, Remote-Work Diskussionen polarisieren und für den Feierabend liefern Gorillas das Seelachsfilet und den Schokoriegel für das abendliche Dinner for one. Baumärkte boomen, Fachkräftemangel wird zu Arbeitnehmermangel, Jogginghosen erleben ihre Alltagsrenaissance, Börsenkurse fahren Achterbahn und Lippenstifte verlieren während der Maskenpflicht ihre Daseinsberechtigung. Sind das die neuen Goldenen Zwanziger, auf die wir uns alle gefreut haben? **Wie bereiten wir uns als (Familien)Unternehmen auf weitere (un)mögliche Zukünfte vor? Und das in Symbiose mit Tradition?** Lassen Sie uns diese Themen gemeinsam in meinem Vortrag angehen. Ich freue mich.

die themen und die vordenker

«Herzblut für das Meer und Passion für die Mode!»

Die Entwicklung eines eigenen Modelabels ist **Andreas Adenauer als Modeunternehmer** grossartig gelungen. Andreas Adenauer, **Enkel des berühmten ersten Bundeskanzlers der Bundesrepublik Konrad Adenauers** ist verankert in der Eifel, wo er nebenbei ein 150 Jahre altes Wirtshaus sanierte und als Hotel betrieb. Als Unternehmer treiben ihn feste Grundsätze an. Er legt Wert darauf, eine deutsche Firma zu sein, also **«in der Mitte Europas»**, wie er sagt. Das zeigen auch seine Produktionsstandorte, die nicht Bangladesch, China oder Vietnam, sondern Portugal, Italien, Moldavien, Griechenland oder der Türkei. **Gewinnen Sie inspirierende Einblicke in eine mit der Süssware vergleichbaren sensiblen Branche**.

Andreas Adenauer,
Adenauer & Co.

Kakao: Die Stimme des Südens

Fokus auf die erste Meile: Wie leben Kakaobäuerinnen und -bauern, was bewegt sie, mit welchen Problemen werden sie konfrontiert – und was kann ein **Nachhaltigkeitssiegel** wie Fairtrade im Ursprung alles bewirken? Marcelo Crescenti, Bereichsleiter Kommunikation bei Fairtrade Deutschland, gibt **Einblick in die Situation in den Anbauländern und in die Arbeit von Fairtrade. Dazu schalten wir live zu einen Fairtrade-Kakaoproduzenten aus dem Süden**, der selbst über die Lage vor Ort erzählt und Fragen beantwortet.

Marcelo Crescenti,
Fairtrade Deutschland

Marcelo Crescenti ist seit Januar 2021 Leiter Kommunikation bei Fairtrade Deutschland. Der gebürtige Brasilianer war zuvor Chefredakteur von verschiedenen Fachblättern, darunter Der Handel, Lebensmittel Zeitung direkt und Rundschau für den Lebensmittelhandel.

«Wie man aus den Gedanken der Konsumenten automatisch Inhalte generiert.»

Dr. Jonathan T. Mall,
neuroflash

Worte und Bilder haben eine unglaubliche Kraft. Denn was täglich vor unseren Augen ist, prägt unsere Gedanken. Für Marken ist es darum besonders wichtig, im Kopf der Konsumenten tief verankert zu sein. Mit «Künstlicher Intelligenz» kann überraschend viel über die Gedanken «da draußen» herausgefunden werden. Und verschiedene Tools ermöglichen es dieses Wissen in der **Praxis** anzuwenden – bei **der automatischen Text-Generation, Bild-Generation oder der Bewertung von Inhalten**, ohne Menschen fragen zu müssen. Dieser Vortrag erörtert an verschiedenen Business Cases, wie KI eine neue Art der Markenpositionierung und automatische Inhaltserstellung möglich macht.

Dr. Jonathan Mall ist Gründer von neuroflash, eine KI-gesteuerte Software, die automatisch kurze Marketingtexte erstellt und optimiert. Optimiert bedeutet Texte mit hohen Klickraten und Texte die Marken aufbauen. Jonathan hat nach seiner Promotion in Neuropsychologie beinahe 10 Jahre im magischen Bereich zwischen Neuromarketing und Datascience gearbeitet. **Sein Motto ist «Make people think», denn die Zukunft gehört den Denkenden**.

Übrigens: 85 % des obigen Textes wurden von einer KI generiert.

tessiner innovationstage

«Inspirierende Gedankenanstösse für Ihre Produktentwicklung mit alternativen Proteinquellen der Zukunft in der Süßwarenbranche.»

Prof. Dr. **Andrea Maier-Nöth,** Eat-Health-Pleasure GmbH

Frau Prof. Dr. Andrea Maier-Nöth hat eine Professur für den **Studiengang Lebensmittel, Ernährung und Hygiene** an der Hochschule Albstadt-Sigmaringen/D, ist wissenschaftliche Beraterin und Referentin im Bereich Gesundheitspsychologie und Ernährung für Kinder und Autorin zahlreicher Veröffentlichungen und Bücher. **Nachhaltige Ernährungsbildung vorantreiben und leben ist eine Kernfrage, die die Wissenschaftlerin seit Jahren erforscht und Lösungsansätze liefert.** Sie zeichnet eine langjährige Erfahrung in der Industrie aus. War über 6 Jahre als Leiterin (Head of Department) für Konsumentenforschung, Sensorik und Ernährungswissenschaften beim **Nestlé-Forschungszentrum tätig**. Zuvor war sie Bereichsleiter für Nestle Nutrition in der Schweiz und Senior Scientist für den Bereich Healthy Eating Habits. Zudem hat sie Produktentwicklungserfahrung gesammelt bei **Unilever und KraftFoods**. Auch durch die aktive Zusammenarbeit und Coaching mit vielen Start-ups in ganz Europa! Mit ihrer Firma «**Eat-Health-Pleasure GmbH**» in der Schweiz coached sie viele Lebensmittelfirmen in Europa im Bereich Gesundheit, Genuss und Nachhaltigkeit.

In ihrem Vortrag wird Sie im **ersten Teil** aus ernährungswissenschaftlicher und ernährungspsychologischer Sicht Bezug zum Vortrag ihrer Vorrednerin, Frau Linda Kelly, nehmen und aufzeigen, warum heute Themen, wie z.B. Lupinen eine Chance bieten können. Sie werden erfahren, was heute Konsumenten in Ernährungsfragen antreibt, wie sich die Lebensstile verändern und warum es sich lohnt neue Geschmacksrichtungen zu entdecken. Im **zweiten Teil** des Vortrags wird die Ernährungsexpertin auf ihr Spezial-Forschungsgebiet «Frühkindheitliche Geschmacksprägung» eingehen. Ein **Plädoyer für weniger Zucker**? Ein Plädoyer zum Umdenken für neue Produkte in multiplen Zeiten? Wie auch immer, Sie werden von Frau Prof. Dr. Maier-Nöth einen wissenschaftlich fundierten Vortrag mit Industrieexpertise hören, Gedankenanstösse und Antworten in sich verändernden Lebens- und Konsumräumen mitnehmen! Lassen Sie sich darauf ein!

Zeitenwenden, nachhaltiger Werte-Wandel und die Auswirkung auf Lebens,- Konsum- und Genuss-Leitbilder!

concept m und Food.Professionals kooperieren seit vielen Jahren und haben in dieser Zeit verschiedene Studien verfasst – bspw. die markt- und kulturpsychologische Studie «Moral am Regal». Hier blicken der **Psychologe Thomas Ebenfeld** und der **Ökonom Volker Köhnen** aus der Perspektive ihrer Branche auf die **aktuellen kulturellen Herausforderungen**.

Wir sind Zeitzeugen verschiedener Zeitenwenden und stehen vor notwendigen Transformationen, die allerdings auf etablierte, stabile Verhältnisse stoßen. «Altes» Denken lässt uns nicht los, doch gewohnte Strukturen lösen sich durch die aktuelle Krise auf.

Auch im Feld der Ernährung vollziehen sich starke Veränderungen, was Natürlichkeit, Gesundheit und Genussorientierung angeht. Süßwaren haben gerade jetzt eine wichtige Bedeutung als latente Beruhigung und Tröstung in der Krise – gleichzeitig wird Zucker zunehmend angefeindet. Vor diesem Hintergrund werden weitere Themen behandelt und anhand aktueller «Cases» vermittelt:

- **Welche Bedürfnisse stehen hinter dem Begriff «bewusster Konsum»?**
- **Was vermittelt Glück und Lebensfreude in volatilen Zeiten?**
- **Was macht stark und resilient?**
- **Aktuelle Genuss-Leitbilder bei Ernährung und Süßwaren?**

Volker Köhnen,
Food.Professionals

Thomas Ebenfeld,
concept m
research + consulting

Lupine vom Acker auf den Teller – Die Lupinenkönigin vom Bodensee bringt Schwung in die regionale Küche und macht die Hülsenfrucht attraktiv

Linda Kelly,
Biolandhof Kelly

Innovative Landwirtschaft ist gefragt: **Regionale Versorgung liegt im Trend**, Reduktion von Fleischkonsum, pflanzliche Proteinquellen, diverse Ernährungsformen wie vegetarisch, flexitarisch, vegan, Fitness, etc. nehmen Fahrt auf. Klimakriese, Friday for Future, Artensterben: **Wir müssen alle umdenken und an einem Strang ziehen!**

Biologische Landwirtschaft durch Kreislaufwirtschaft mit Biodiversität ist ein Teil von einer solch nachhaltigen Lösung. Der Biolandhof Kelly/Warnke geht diesen Weg. **Moderne Landwirtschaft gepaart mit Tradition und Innovation** mit mehreren Generationen auf einem Biolandhof im Bodensee-Hinterland. Bodenfruchtbarkeit – eines der wichtigsten Grundsteine in der Landwirtschaft. Der Biolandhof setzt auf eine vielfältige Fruchtfolge im Ackerbau mit Kulturen wie Weizen, Gerste, Hafer, Dinkel, Ackerbohnen, Erbsen, Lupinen, Mais, Öllein, Sonnenblumen, Hanf, Buchweizen. Wasserspeicher, Nährstoffspeicher, Lebensraum für Millionen Kleinstlebewesen das alles bietet ein gesunder Boden für ein gutes Pflanzenwachstum.

Die **Veredelung der Süßlupine** zu hochwertigen «Lupinello» Lupinenprodukten erfolgt direkt auf dem Hof oder in Zusammenarbeit mit regionalen Manufakturen. In ihrem Vortrag erzählt Linda Kelly wie es zu «Blümchenkaffee» kam und wie sie die Marke «Lupinello» mit allen Herausforderungen aufgebaut hat. **Vom Acker auf den Teller ist das Motto der Familie.**

die themen und die vordenker

«Erfolgreich unter extremen Bedingungen.»

André Wiersig,
Extremschwimmer,
Meeresbotschafter

An den entlegensten Orten, weit draußen, wo man kein Land mehr sieht, bei meterhohen Wellen und Eiseskälte, den Strömungen ausgesetzt und in Begleitung aller Lebewesen, die dort zuhause sind, zu schwimmen – das ist seine große Passion: André Wiersig, Jahrgang 1972 – Extremschwimmer. Er ist der erste deutsche Schwimmer und der insgesamt Sechzehnte, der die Ocean´s Seven absolvierte, die größte Herausforderung im Langstreckenschwimmen. André Wiersig ist offizieller Botschafter der Deutschen Meeresstiftung und ehrenamtlicher **UN-Botschafter der Meere**.

Kommen Sie mit auf eine bewegende Reise mit beeindruckenden Bildern. In seinem Impulsvortrag spricht André Wiersig über seine außergewöhnlichen Erfahrungen, die er als Freischwimmer macht. **Lassen Sie sich mit ihm auf einen Perspektivwechsel ein**. Und ziehen Sie heraus persönliche Erkenntnisse für Ihre tägliche Arbeit aus seinen Erfahrungen über mentale Stärke und Resilienz, Achtsamkeit und (Selbst-)Motivation und vor Allem: lassen Sie sich inspirieren.

Eine aussergewöhnliche Begegnung mit dem Mann der Meere und einem faszinierenden Menschen.

der tag im ideenhaus

Der «Tag im Ideenhaus» findet dieses Jahr im «Centro congressuale e culturale» der **Fondazione Monte Verità** statt, dessen Mythos zu Beginn des 20. Jahrhunderts begründet wurde.

Der Monte Verità erhebt sich auf den Hügeln über Ascona und dem Lago Maggiore und ist seit jeher ein **magnetischer Pol der Konvergenz von Ideen, Trends, Experimenten und historischen Persönlichkeiten.** Das Zusammenleben von Künstlern, Philosophen und Denkern zieht bis heute viele Wissenschaftler, Literaten und Wirtschaftler an. Freuen Sie sich auf das energetische, kreative und magische Ambiente auf dem **«Berg der Wahrheit»**.

Unser Tag wird von drei herausragenden Anforderungen zur zukünftigen Unternehmensausrichtung geprägt sein. Das neue Denken zum Komplex der **«Veränderung»**, dem Einsatz **«Künstlicher Intelligenz im Alltag»** zwischen **analoger und digitaler Ära**, sowie dem Thema der **Vereinsamung in einer digitalen Welt.**

Zwei Experten, die sich seit vielen Jahren mit Zukunftsfragen befassen, werden uns durch diesen Tag begleiten und inspirieren. Eine faszinierende Publizistin wird ihre Gedanken zur **Entgrenzung im digitalen Zeitalter** vorstellen.

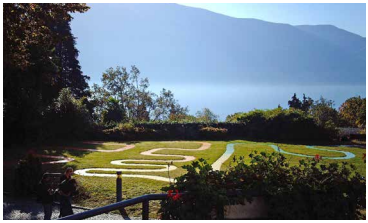
der tag im ideenhaus

tessiner innovationstage®

Lernen Sie Sven Göth, Business Futurist & Top Keynote Speaker, kennen. Er ist CEO & Founder von FUTURISER, **einer Zukunftsberatung mit Schwerpunkt Geschäftsmodellentwicklung und Venture Capital / Scouting**. Sven Göth ist Member of the Board im Quantum Cybersecurity Hub Europe, Beirat im HighTech Inkubator Niedersachsen, Senior Executive Partner bei der Managementberatung Allfoye und Fachbeirat beim Management Circle.

Kommen Sie mit auf eine Reise in die **Lebens- Arbeits- und Kundenwelten der Zukunft**. In **Wirtschafts-, Technologie- und Internetthemen** kennen sich nur wenige Fachleute so gut aus, wie der **freie Wirtschaftsjournalist Constantin Gillies**. Das ist wenig verwunderlich, denn er schreibt für alle grossen Tageszeitung, wie beispielsweise FAZ, Handelsblatt, Weltwoche Zürich und ist Chefredakteur des Informationsdienstes TrendScanner. Er ist ein viel gelesener Fachbuchautor von dem Oliver Uschmann, Gallore-Magazin sagt: **«Der Begriff Kultautor sollte man wahrlich nur wohldosiert verwenden, aber auf Constantin Gillies trifft er definitiv zu.»**

Folgen wir ihm in die Zukunft der zweiten digitalen Revolution!



Die neue Einsamkeit. Wie der digitale Individualismus Gesellschaft bedroht.

Eine neue Einsamkeit greift immer weiter um sich. Unsere Gesellschaft fordert Konsum statt Intimität, Flexibilität statt Verbindlichkeit, immer mehr Gewinn statt Stabilität. Mit den **digitalen Welten bröckeln altbekannte Strukturen**, die Alten bleiben zurück, die Jungen hetzen in eine entwurzelte Zukunft. Diese neue kollektive Unverbundenheit ist das große Thema unserer Zeit. **Allein in Deutschland sagen 14 Millionen Menschen, dass sie sich einsam fühlen.** Und spätestens seit Corona ist soziale Isolation globaler Status quo. Experten sprechen bereits von einer Epidemie, und das weltweit. Digitalisierung und Globalisierung führen zu einer neuen Form kollektiver Einsamkeit, die bislang kaum erforscht ist. Die Folgen sind riskant: Gesellschaften zersplittern, der Radikalismus erstarkt und bedroht unsere Demokratie.

Foto: © Robert Rieger

Diana Kinnert,
Publizistin

«Zukunft kann so einfach sein!»

Kompetenzen für das 21. Jahrhundert – ein Impuls, der Ihr Bewusstsein für Veränderung nachhaltig schärft.
Wir leben in einer Welt, die sich in atemberaubendem Tempo verändert. Die Berechenbarkeit und die Vorhersagbarkeit von Ereignissen sind schwieriger, denn je, zu bewerkstelligen. Die Herausforderungen am Arbeitsplatz und im Privatleben werden komplexer. Zum einen ist das aufgrund des veränderlichen beruflichen und privaten Umfelds und zum anderen aufgrund neuer Variablen wie **Achtsamkeit, Nachhaltigkeit und Diversität** der Fall. **«One fits all» erodiert!** Es gibt nicht nur Schwarz oder Weiß – die **Kombinationsvielfalt aus neuer und alter Welt** bedeutet einen wahren Reichtum an Möglichkeiten, die eigene Positionierung am Markt und die Kultur im eigenen Haus auf das 21. Jahrhundert auszurichten. Lassen Sie uns gemeinsam über die Kompetenzen sprechen, die Ihre Organisation nachhaltig wettbewerbsfähig halten.

Sven Göth,
Business Futurist

Zweite digitale Revolution – Die kreativen Maschinen kommen! Wie Künstliche Intelligenz Produktdesign und Werbung neu erfindet.

Constantin Gillies,
Freier Wirtschaftsjournalist

Produkte erfinden, Verpackungen gestalten, Werbevideos drehen – das Kreative war bisher die Domäne des Menschen. Doch seit kurzem bekommt er auch hier Konkurrenz von Algorithmen. Denn die **neueste Generation von Künstlicher Intelligenz** kann auch völlig Neues erschaffen. Das Programm Dall-E etwa komponiert Bilder auf Zuruf («zeige mir einen Schokoriegel im Sonnenuntergang»), und zwar in Millionen Varianten. Andere Algorithmen erschaffen Musik, die klingen, als habe sie ein Mensch komponiert. Wieder andere entwerfen Häuser und richten sie gleich mit ein – alles (fast) ohne das Zutun des Menschen. Für Unternehmen sind die kreativen Maschinen eine riesige Chance, denn sie erhöhen das kreative Potenzial auf allen Ebenen. **KI findet Marktnischen, an die niemand gedacht hat.** Und sie schneidet alles radikal auf den einzelnen Kunden zu: **Produkt, Verpackung, Marketing. Constantin Gillies** gibt einen **Überblick über diese zweite digitale Revolution**, konkret und jargonfrei, mit beeindruckenden Beispielen, die für die Foodindustrie relevant sind.

die teilnahme

Die **Tessiner Innovationstage®** beginnen am **Samstag, 1. April 2023 um 16.00 Uhr** und enden am **Dienstag, 04. April 2023 um ca. 13 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, 03. April 2023**, inkl. **Mittagslunch** enthalten. Der Teilnahmebeitrag ist nach der Anmeldung, bis spätestens **Freitag, 18. Februar 2023**, auf das in der Rechnung angegebene Konto zu überweisen. Bei Abmeldung nach **Freitag, 18. Februar 2023** werden 50 % des Beitrages berechnet. Bei Abmeldung nach **Freitag, 3. März 2023** 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) 7661-988 09 27 • Fax 0049 (0) 7661-988 09 28
b.nordmeyer@tessiner-innovationstage.de
www.tessiner-innovationstage.de

Hotelbuchung

Hotelbuchung bitte bis **spätestens Freitag, 3. März 2023** 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*innen selbst durchgeführt und bezahlt werden. Es ist ein Zimmerkontingent reserviert. Preise gelten pro Tag (exkl. Kurtaxe), inkl. Halbpension mit reichhaltigem Frühstücksbuffet im Restaurant, sowie Abends ein 4-Gang Menü, inkl. die Benutzung des geheizten grossen Pools, Spa-Center mit Finnischer Sauna, Türkischen Bad, Fitnessraum mit modernsten Geräten, sowie die Bedienung und Mehrwertsteuer.

Doppelzimmer mit Bad zur **Einzelbenutzung**	SFR 245,–
Superior-Doppelzimmer mit Dusche	SFR 328,– als EZ
Modern Panorama Doppelzimmer mit Badewanne od. Dusche	SFR 338,– als EZ
Panorama Junior Suite mit Dusche	SFR 375,– als EZ

Alle Zimmer Südseite, Seeblick, Balkon, TV, Radio, Frigobar, Safe.