

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	„VERDO WE GO?“	3
3	Vorstellung des Unternehmens	9
3.1	Historie des Kultur- und Tagungszentrums VERDO Hitzacker (Elbe)	10
3.2	Vorstellung der Hauptakteure	14
3.3	Haushalts- und Liquiditätsplan	27
3.4	Bilanz	28
3.5	Wettbewerb	28
3.6	Marketing/Vertrieb	34
3.7	Besucherzahlen/Belegetage/Saalmieten	38
3.8	Musikfestivals im VERDO	45
3.8.1	Sommerliche Musiktage Hitzacker	45
3.8.2	Musikwoche Hitzacker	47
3.9	VERDO – Gruppe	48
3.9.1	VERDO – Verein für Bildung und Kultur e.V.	48
3.9.2	VERDO – Restaurant	50
4	Fallzusammenfassung	51
5	Einführung Didaktik	55
5.1	Nutzen der Case Study „VERDO WE GO?“ in der Lehre	56
5.2	Zentrale Fragestellung der Case Study	57
5.3	Zielgruppe/Lernziele	57
5.4	Besonderheiten des Falls und fallrelevante Themen	58

6	Lehrpläne/Lehrstrategien	59
6.1	Format S	59
6.2	Format M.	60
6.3	Format L	64
7	Material zu den Lehrplänen	73
7.1	Werkzeug SWOT-Analyse	73
7.2	Werkzeug „neues“ Geschäftsmodell	76
7.3	Werkzeug Marketing	78
	Literaturverzeichnis	89
	Weiterführende Literatur	91