

Inhalt

Vorwort	7
----------------	---

THOMAS KNUBBEN/PETRA SCHNEIDEWIND

TEIL 1: HERAUSFORDERUNGEN

Zukunft für Musikschulen – ein Problemaufriss	11
--	----

THOMAS KNUBBEN

Musikschulen in Deutschland:

Die Zukunft hat schon begonnen	29
---------------------------------------	----

MARTIN MARIA KRÜGER/CHRISTIAN HÖPPNER

Polit-Marketing für die Musikschule	41
--	----

OLIVER SCHEYTT

Der Arbeitsmarkt der Musikschullehrer/-innen	49
---	----

SEBASTIAN FISCHER

Musikschulleitung zwischen Kunst und Management.

Neue Anforderungsprofile	71
---------------------------------	----

MICHAEL EBERHARDT

Kooperationen allgemein bildender Schulen und öffentlicher Musikschulen:

Stand und Perspektiven aus musikdidaktischer Sicht	99
---	----

PETER IMORT

TEIL 2: PERSPEKTIVEN

»Jedem Kind ein Instrument« – Ein Zukunftsmodell für Musikschulen?	115
---	-----

MANFRED GRUNENBERG

Der Weg ist das Ziel. Oder ist das Ziel im Weg?	
Musikschulen als Zentren gesellschaftlicher Musikalisation	129
JULIANE SCHMIDT/VOLKER GERLAND	
Die Einrichtung von Projektbereichen als Marketingaufgabe für Musikschulen	145
FRIEDBERT HOLZ	
Neue Medien in Musikschulen	177
ANDREAS FERVERS	
Meinen wir das Gleiche? Über die Notwendigkeit einer Neuordnung der Beziehungen zwischen Musikschulen und Musikhochschulen	195
MATTHIAS HERRMANN	
Zielsteuerung der Musikschulen mit betriebswirtschaftlichen Instrumentarien	203
PETRA SCHNEIDEWIND	
Qualitätsmanagement in Musikschulen	227
PETRA SCHNEIDEWIND	
Value-Added-Services in Musikschulen	237
HEIKE OERTEL	
Das Musikschulwesen und die Musikschulforschung in Österreich	261
FRANZ-OTTO HOFHECKER	
Autorinnen und Autoren	303