

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