

Marketing als Meta-Konzept für das Management von Schulen?!

Vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Wertewandels und angesichts der Reformen auf unterschiedlichen Ebenen des Schulsystems stellt sich die Frage nach der Möglichkeit, andernorts erfolgreich eingesetzte Managementkonzepte für die Steuerung und Entwicklung von Schulen nutzbar zu machen. »Marketing« erweist sich dabei als anschlussfähige und zugleich anpassungsfähige Sozialtechnik. In anderen Non-Profit-Feldern und teilweise im Universitäts- und Hochschulbereich hat sie sich schon bewährt, und auch für das Management von Schulen ist in diesem Kontext eine verstärkte Orientierung am Prinzip der Nutzen- bzw. Kundenorientierung zu empfehlen.

In: Zeitschrift für Bildungsforschung 4 (4), S. 173-189