

# Kundenorientierung in der Schule?

Zur innovativen Reichweite  
einer Übertragung der Kundenorientierung  
im Rahmen des Total Quality Management  
in den Schulbereich



# Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen.....	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	Xu
<b>1. Problemstellung.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Die Schule im Wandel.....</b>	<b>5</b>
2.1 Veränderte Anforderungen an Schule.....	5
2.2 Schulentwicklungsforschung.....	12
2.2.1 Schulentwicklung im Wandel von Makro- zu Mikropolitik.....	12
2.2.2 Ansätze zur Schulentwicklung.....	16
<b>3. Das Total Quality Management als betriebswirtschaftliche Konzeption.....</b>	<b>23</b>
3.1 Der Leitbegriff Qualität.....	26
3.2 Die Grundkomponenten des Total Quality Management.....	36
3.2.1 Kundenorientierung im Mittelpunkt des Total Quality Management.....	37
3.2.2 Gesellschaftsorientierung.....	45
3.2.3 Prozeßorientierung und kontinuierliche Verbesserung.....	46
3.2.4 Mitarbeiterorientierung.....	51

3.2.5 Die Relevanz des Managements.....	54
3.3 Die Konzeption des Total Quality Management in Thesenform.....	57
<b>4. Die Übertragung der Kundenorientierung in den Schnlbereich.....</b>	<b>59</b>
4.1 Die Kundenorientierung im Rahmen von Konzeptionen des Qualitätsmanagements an Schulen.....	59
4.1.1 Konzeptionen aus dem angloamerikanischen Sprachraum.....	59
4.1.2 Ansätze zur Kundenorientierung in der schulischen Praxis.....	67
4.2 Systematische Erörterung der Kundenorientierung im Schulsystem.....	74
4.2.1 Schulpflicht und strategischer Kundenbegriff.....	74
4.2.2 Kundengruppen im Schulsystem.....	77
4.2.3 Kunden-Lieferanten-Beziehungen im Schulwesen.....	82
4.3 Die kundenorientierte Qualitätsplanung.....	91
4.3.1 Quality Function Deployment als Bezugskonzept.....	91
4.3.2 Die kundenorientierte Qualitätsplanung in der Schulpraxis.....	94
4.3.2.1 Festlegen des Ausgangspunkts.....	94
4.3.2.2 Identifizierung der Kunden.....	99
4.3.2.2.1 Auflistung der Kunden.....	100
4.3.2.2.2 Differenzierung der Kunden nach ihrer Bedeutung.....	103
4.3.2.3 Ermittlung der Kundenanforderungen.....	104
4.3.2.4 Umsetzung der Kundenanforderungen.....	110
4.3.2.4.1 Die Nutzung des "House of Quality" im Schulwesen.....	110

4.3.2.4.2 Fallbeispiel.....	113
4.3.2.4.3 Ergänzungsmöglichkeiten.....	115
4.3.2.4.4 Das "House of Quality" im Planungsprozeß.....	118
4.4 Die kundenorientierte Qualitätsbewertung.....	119
4.4.1. Begründung im schulischen Zusammenhang.....	120
4.4.2 Zustandekommen von Kunden(un)zufriedenheit.....	121
4.4.3 Verfahrensvorschläge kundenorientierter Qualitäts- bewertungen im Schulwesen.....	127
4.4.3.1 Merkmalsgestützte Verfahren.....	128
4.4.3.2 Ereignisorientierte Verfahren.....	136
4.4.3.3 Vergleich merkmalsgestützter und ereignisorien- tierter Verfahren.....	140
4.4.4 Verbindung zu schulischen Evaluationen.....	142
<b>5. Kritik der innovativen Reichweite des Konzepts der Kunden- orientierung.....</b>	<b>147</b>
5.1 Grenzen der Übertragbarkeit.....	147
5.1.1 Umsetzungsprobleme.....	148
5.1.2 Defizite des kundenorientierten Qualitätsbegriffes im schulischen Kernbereich.....	153
5.2 Innovative Impulse.....	158
5.2.1 Schulischer Servicebereich.....	158
5.2.2 Schulischer Kernbereich.....	163

5.2.2.1 Wertgebundene Bestimmung eines pädagogischen Qualitätsbegriffes in der Schule.....	164
5.2.2.2 Pädagogische Chancen.....	168
5.2.2.2.1 Abgrenzung der Kundenorientierung zur Schülerorientierung.....	168
5.2.2.2.2 Kundenorientierung und Reformpädagogik.....	173
5.3 Kundenorientierte Schulentwicklung auf dem Hintergrund des Total Quality Management.....	174
6. Zusammenfassung.....	181
Literaturverzeichnis.....	185