

Jörg Bogumil

Vom Untertan **zum Kunden**

**Möglichkeiten und
Grenzen von Kunden-
orientierung in
—Kommunalverwaltung**

INHALT

| | |
|--|-----------|
| Einleitung: Kundenorientierung als neues Modernisierungsziel von Kommunalverwaltungen | 7 |
| I Theorien der Kundenorientierung | 12 |
| 1 Kundenorientierung heißt noch nicht Konsumentenmacht - Die betriebswirtschaftliche Sicht | 12 |
| 2 Statt Kundenorientierung Bürgernähe? Die verwaltungswissenschaftliche Sicht | 18 |
| 3 Kundenorientierung als Bürgerbeteiligung? Die politikwissenschaftliche Sicht | 21 |
| 4 Zusammenfassung: Rollenzuschreibungen im Verhältnis Bürger-Verwaltung | 26 |
| II Praxis der Kundenorientierung | 31 |
| 1 Analysefeld: Der publikumsintensive Bereich und seine Interaktionsstruktur | 31 |
| 2 Verwaltung versus Bürger? Kundenorientierung aus Organisations- und Kundensicht | 39 |
| 3 Kundenorientierung aus Beschäftigtensicht | 52 |
| 4 Zusammenfassung: Anforderungen an kundenorientiertes Verwalten | 61 |
| III Strategien der Kundenorientierung | 65 |
| 1 Kundenorientierung durch Bürgerämter: Aufgabenintegration und Beteiligung | 65 |
| 2 Kundenorientierung in neuen Steuerungsmodellen: Qualitätsmanagement und Produktbewußtsein | 72 |
| 3 Kundenorientierung durch Bürgerbeteiligung: "Stiftung Warentest" für den öffentlichen Dienst | 80 |
| 4 Zusammenfassung: Gebündelte Umsetzungsstrategien | 84 |
| Ausblick: Kundenorientierung als Demokratieangebot und Kulturkonzept | 86 |
| Literatur | 92 |
| Anhang | |
| A Überblick über die verwendeten Bürgerumfragen | 98 |
| B Überblick über die verwendeten Beschäftigtenumfragen | 99 |