

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Inhaltsverzeichnis | 5 |
| Abkürzungsverzeichnis..... | 7 |
| Vorwort des Herausgebers | 9 |
| Danksagung..... | 11 |
| 1 Einleitung | 13 |
| 1.1 Die Ganztagschule aus Trägerperspektive..... | 14 |
| 1.2 Begriffliche Annäherungen..... | 17 |
| 1.3 Zum Aufbau des Buches..... | 20 |
| 2 Das Arbeitsfeld Ganztagschule | 23 |
| 2.1 Schulwesen | 24 |
| 2.1.1 Rechtsnormen und Aufgaben | 24 |
| 2.1.2 Strukturierung des Schulwesens..... | 25 |
| 2.1.3 Zugang und Mitwirkungsmöglichkeiten..... | 26 |
| 2.1.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen..... | 26 |
| 2.2 Kinder- und Jugendhilfe..... | 27 |
| 2.2.1 Rechtsnormen und Aufgaben | 28 |
| 2.2.2 Strukturierung der Kinder- und Jugendhilfe..... | 28 |
| 2.2.3 Zugang und Mitwirkungsmöglichkeiten..... | 29 |
| 2.2.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen..... | 31 |
| 2.3 Ganztagschule als Ort der Zusammenarbeit von Schule und Kinder- und Jugendhilfe..... | 32 |
| 2.3.1 Rechtsnormen und Aufgaben | 33 |
| 2.3.2 Strukturelle Einbettung der Ganztagschule | 34 |
| 2.3.3 Zugang und Mitwirkungsmöglichkeiten..... | 36 |
| 2.3.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen..... | 37 |
| 2.4 Problemstellungen in der Zusammenarbeit | 38 |
| 2.4.1 Bildung als gesellschaftliche Aufgabe | 39 |
| 2.4.2 Strukturelle Bedingtheiten | 39 |
| 2.4.3 Machtaspekte in der Zusammenarbeit | 42 |
| 2.5 Motivatoren für die Zusammenarbeit von Schule und Jugendhilfe | 44 |

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|------------|
| 2.6 | Kooperationsformen in der Praxis..... | 49 |
| 2.7 | Zusammenfassung und Schlussfolgerungen | 50 |
| 3 | Umweltanalyse eines Jugendhilfeträgers | 55 |
| 3.1 | Das Wertenet als Analyserahmen | 56 |
| 3.2 | Das Wertenet eines Jugendhilfeträgers..... | 60 |
| 3.3 | Felder horizontaler Konkurrenz..... | 62 |
| 3.4 | Kooperationsbeziehungen | 66 |
| 3.5 | Der Kunde Schule | 71 |
| 3.6 | Die regulierte Koopkurrenz..... | 74 |
| 3.7 | Die regulierte Koopkurrenz in der Ganztagschule | 75 |
| 3.8 | Zusammenfassung | 81 |
| 4 | Entwicklung strategischer Optionen | 85 |
| 4.1 | Koopkurrenz im strategischen Management | 86 |
| 4.2 | Strategietypen und Erhöhung der Lieferantenmacht | 89 |
| 4.2.1 | Der Niscenträger | 90 |
| 4.2.2 | Die Bündelung von Kernaufgaben..... | 91 |
| 4.2.3 | Der Allrounder | 92 |
| 4.3 | Strategische Kooperationen | 93 |
| 4.3.1 | Den Produktwertgewinn erhöhen | 96 |
| 4.3.2 | Die Wahrnehmung über den Produktwert ändern | 103 |
| 4.3.3 | Umstellungskosten durch strukturelle Verbindungen erhöhen..... | 109 |
| 4.4 | Schlussfolgerungen | 112 |
| 5 | Schlussbetrachtung | 117 |
| | Literaturverzeichnis | 121 |
| | Anhang: Abbildungs- und Tabellenverzeichnis | 131 |