

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage .....	V
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....	XIII
Abkürzungsverzeichnis .....	XV

## Teil A: Grundlagen ..... 1

<b>1. Soziale Dienstleistungen: Eine Einführung .....</b>	<b>3</b>
1.1 Hinführung zum Thema und Ziel des Buches .....	3
1.2 Was sind Dienstleistungen? .....	5
1.3 Was sind soziale Dienstleistungen? .....	9
1.4 Zusammenfassung .....	14
<b>2. Soziale Dienstleistungen: Entwicklungslinien .....</b>	<b>17</b>
2.1 Soziale Dienstleistungen in der Dienstleistungsgesellschaft .....	17
2.2 Historische Wandlungsprozesse .....	24
2.2.1 Industrialisierung und soziale Frage .....	24
2.2.2 Der Ausbau des Wohlfahrtsstaates seit der Weimarer Zeit .....	29
2.2.3 Von der nationalsozialistischen Deformation sozialer Dienste zur Entstehung des Sozialstaates in der Bundesrepublik Deutschland .....	34
2.3 Zusammenfassung .....	38
<b>3. Ordnungspolitik und Recht: Gestaltung der Marktwirtschaft .....</b>	<b>41</b>
3.1 Warum Markt? Warum Wettbewerb? .....	41
3.2 Das Soziale der Sozialen Marktwirtschaft .....	47
3.3 Rechtliche Grundlagen der Sozialen Marktwirtschaft .....	51
3.4 Marktwirtschaft gestalten: Die ordnungsökonomische Perspektive .....	53
3.5 Zusammenfassung .....	61
<b>4. Marktfähigkeit sozialer Dienstleistungen .....</b>	<b>63</b>
4.1 Sind soziale Dienstleistungen ‚öffentliche‘ oder ‚private‘ Güter? ..	63
4.2 Besonderheiten der Märkte sozialer Dienstleistungen .....	69
4.2.1 Externe Effekte .....	71
4.2.2 Unteilbarkeiten bzw. Größenvorteile .....	71
4.2.3 Eingeschränkte Konsumentensouveränität .....	73
4.2.4 Informationsmängel .....	75
4.2.5 Lock-in-Problematik .....	78
4.3 Konsequenzen für die Marktgestaltung .....	79
4.3.1 Gesellschaftliche Nichtakzeptanz des Ausschlussprinzips ..	80

4.3.2	Positive externe Effekte .....	81
4.3.3	Unteilbarkeiten bzw. Größenvorteile .....	81
4.3.4	Eingeschränkte Konsumentensouveränität .....	82
4.3.5	Informationsmängel .....	83
4.3.6	Lock-in-Problematik.....	85
4.4	Prinzipien der Marktgestaltung: Der Ansatz von Le Grand.....	86
4.5	Die Komplexität der Steuerung eines schwer steuerbaren Systems: Das Beispiel der Krankenbehandlung .....	88
4.6	Zusammenfassung .....	92
<b>5.</b>	<b>Die Marktakteure.....</b>	<b>95</b>
5.1	Nutzer, Leistungserbringer, Kostenträger .....	95
5.1.1	Nutzerinnen und Nutzer .....	95
5.1.2	Leistungserbringer .....	95
5.1.3	Kostenträger .....	99
5.2	Interessen der Marktakteure .....	100
5.2.1	Nutzerinnen und Nutzer .....	100
5.2.2	Leistungserbringer .....	101
5.2.3	Kostenträger .....	102
5.3	Rechtsbeziehungen zwischen den Marktakteuren .....	105
5.3.1	Die Sozialleistung als Grundlage der sozialen Dienstleistung.....	105
5.3.2	Rechtsbeziehungen bei der Leistungserbringung .....	109
	a) Förderung durch Zuwendungen.....	111
	b) Beauftragung .....	112
	c) Leistungserbringung im Dreiecksverhältnis .....	112
	d) Europäisches Wettbewerbsrecht .....	114
5.4	Zusammenfassung .....	117
	<b>Teil B: Marktordnungsmodelle .....</b>	<b>119</b>
<b>6.</b>	<b>Das Sozialrechtliche Dreiecksverhältnis .....</b>	<b>121</b>
6.1	Der Grundgedanke .....	121
6.1.1	Vertragsverhältnis zwischen Leistungsträger und Leistungserbringer .....	122
6.1.2	Rechtsbeziehung zwischen Nutzer und Leistungserbringer .....	127
6.2	Ausgestaltungen des Sozialrechtlichen Dreiecksverhältnisses ....	128
6.3	Bewertung aus Sicht der Marktakteure .....	131
6.3.1	Bewertung aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer .....	132
6.3.2	Bewertung aus Sicht der Leistungserbringer.....	133
6.3.3	Bewertung aus Sicht der Kostenträger .....	134
6.4	Zusammenfassung .....	134

<b>7. Das Persönliche Budget</b>	137
7.1 Der Grundgedanke	137
7.2 Ziele des Persönlichen Budgets	140
7.3 Ausgestaltung des Persönlichen Budgets	141
7.4 Bewertung aus Sicht der Marktakteure	146
7.4.1 Bewertung aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer	147
7.4.2 Bewertung aus Sicht der Leistungsträger	150
7.4.3 Bewertung aus Sicht der Leistungserbringer	152
7.5 Zusammenfassung	152
<b>8. Gutscheine</b>	155
8.1 Der Grundgedanke	155
8.2 Ziele der Umstellung auf Gutscheine	157
8.3 Ausgestaltung des Gutscheinsystems	158
8.3.1 Wer erhält einen Gutschein?	158
8.3.2 Welchen Wert hat ein Gutschein?	158
8.3.3 Sind Zuzahlungen zulässig?	160
8.3.4 Welche Vorgaben zur Qualität gibt es?	160
8.4 Bewertung aus Sicht der Marktakteure	162
8.4.1 Bewertung aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer	163
8.4.2 Bewertung aus Sicht der Leistungsträger	167
8.4.3 Bewertung aus Sicht der Leistungserbringer	169
8.5 Zusammenfassung	173
<b>9. Ausschreibung sozialer Dienstleistungen nach Vergaberecht</b>	175
9.1 Grundgedanke und Ziele von Vergabeverfahren	175
9.2 Soziale Dienstleistungen als Gegenstand von Vergabeverfahren	176
9.3 Bewertung aus Sicht der Marktakteure	179
9.3.1 Bewertung aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer	180
9.3.2 Bewertung aus Sicht der Leistungserbringer	183
9.3.3 Bewertung aus Sicht der Leistungsträger	186
9.4 Zusammenfassung	190
<b>10. Sozialraumbudgetierung</b>	193
10.1 Der Grundgedanke	193
10.2 Ziele der Umstellung auf ein Sozialraumbudget	195
10.3 Gestaltung des Sozialraumbudgets	199
10.4 Bewertung aus Sicht der Marktakteure	202
10.4.1 Bewertung aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer	202
10.4.2 Bewertung aus Sicht der Leistungserbringer	206
10.4.3 Bewertung aus Sicht der Leistungsträger	207
10.5 Sozialraumorientierung ohne Sozialraumbudget	209
10.6 Zusammenfassung	214

<b>11. Zu wenig Markt? Zu viel Markt?</b> .....	217
11.1 Kritik I: Enge Verflechtungen zwischen Leistungsträgern und -erbringern behindern den Wettbewerb .....	217
11.1.1 Abschottung statt Wettbewerb? .....	218
11.1.2 Wettbewerbsbeschränkung durch Kooperation? .....	221
11.1.3 Gemeinnützigkeit: Diskriminierung privat-gewerblicher Leistungserbringer? .....	224
11.2 Kritik II: Ökonomisierung zu Lasten von Nutzern und Mitarbeitenden .....	229
11.2.1 „Vermarktlichung“ als Irrweg? .....	229
11.2.2 Schlechte Arbeitsbedingungen? .....	232
11.3 Mehr Markt? Weniger Markt? Die falsche Frage .....	239
11.3.1 Zur Aktualität der vier Steuerungsprinzipien nach Le Grand .....	240
11.3.2 Marktgestaltung: Eine dauernde Reformaufgabe .....	243
11.4 Zusammenfassung .....	247
Literaturverzeichnis .....	249
Personenregister .....	269
Sachregister .....	273