

Christoph Oslislo

Globale Unternehmen und Menschenrechte

Über Moral, fairen Konsum und Marktversagen

Herausgegeben von Dr. Steffen J. Roth

**Wirtschaftspolitische Forschungsarbeiten
der Universität zu Köln**

**Wirtschaftspolitische Forschungsarbeiten
der Universität zu Köln**

Band 59

*Globale Unternehmen
und Menschenrechte*

Über Moral, fairen Konsum und Marktversagen

von

Christoph Oslislo

Herausgegeben von Dr. Steffen J. Roth

Tectum Verlag

In der Schriftenreihe *Wirtschaftspolitische Forschungsarbeiten* des Tectum Verlags erscheinen herausragende Forschungsarbeiten aus dem Umfeld der Universität zu Köln.

Herausgegeben wird die Reihe von Dr. Steffen J. Roth.

Christoph Oslislo

Globale Unternehmen und Menschenrechte.
Über Moral, fairen Konsum und Marktversagen

ISBN: 978-3-8288-6711-6

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter der ISBN 978-3-8288-3955-7 im Tectum Verlag erschienen.)

ISSN: 1867-7738

© Tectum Verlag – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft,
Baden-Baden 2017

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vorwort

2015 wurde mir im Rahmen eines Projekts der internationalen Entwicklungszusammenarbeit die Möglichkeit einer umfangreichen Vor-Ort-Recherche über die Lebensbedingungen in ländlichen Regionen Ghanas gegeben. Es ging um mittel- und langfristige Folgen des großflächigen, industriellen Goldbergbaus und ein Teil der Untersuchung betraf die zum Teil verheerenden Arbeitsbedingungen in den Minen, in denen das Gold im großen Stil von teilweise privat organisierten Gruppen junger Männer abgebaut wird.

Zur gleichen Zeit liefen in Brüssel die Verhandlungen um die EU-weite Regelung des Umgangs mit sogenannten Konfliktmineralien, die in zahlreichen uns bekannten Gebrauchsgütern enthalten sind und zu denen auch Gold zählt. Zur Debatte standen diverse Instrumente von freiwilligen Maßnahmen der Privatwirtschaft über eine obligatorische Zertifizierung der EU-Importe bis hin zu einem Importverbot derjenigen Materialien, bei denen nicht nachgewiesen werden kann, dass sie unter menschenwürdigen Bedingungen und in konfliktfreien Regionen abgebaut worden sind.

Sobald man sich einmal länger mit den globalen Auswirkungen unserer Konsumgewohnheiten beschäftigt, zwingt sich die Frage auf, warum Märkte trotz des wachsenden Bewusstseins der Konsumenten Umstände zulassen, in denen grundlegendste Menschenrechte bei der Produktion unserer alltäglichen Güter mit Füßen getreten werden. Ich halte es für zu bequem, sich mit der häufig zu hörenden Erklärung zufriedenzugeben, der durchschnittliche Konsument habe wenig Interesse an den Arbeits- und Lebensbedingungen in den Produktionsländern und achte ausschließlich auf einen möglichst günstigen Kaufpreis. Die vorliegende Arbeit stellt aus einer ökonomischen Perspektive verschiedene Erklärungsansätze dafür vor, warum die Ergebnisse globalisierter Märkte die hohen moralischen Ansprüche der entscheidenden Akteure, der Konsumenten, nicht widerspiegeln.

Die Arbeit wurde im September 2016 fertiggestellt. Mittlerweile hat die Bundesregierung den erwähnten Nationalen Aktionsplan „Wirtschaft und Menschenrechte“ verabschiedet, dem eine gesteigerte Erwartungshaltung an die Privatwirtschaft zu entnehmen ist. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass man verbindliche gesetzliche Maßnahmen in dem Dokument allerdings vergeblich sucht, hat die Thematik nach wie vor hohe Relevanz und Aktualität.

Köln, März 2017

Christoph Oslislo

1 Inhalt

1	Inhalt	7
2	Vorhaben und methodische Vorbemerkungen	11
3	Die Wirtschaftsordnung als Ort der Moral.....	15
4	Fairer Konsum: Legitimierung eines staatlichen Eingriffs.....	19
4.1	Exogenes Gerechtigkeitsideal als Rechtfertigung für einen Eingriff: Der Staat gibt vor, was richtig ist.....	19
4.2	Zwischenkapitel: Moral als ökonomisches Gut	20
4.3	Allokatives Marktversagen als Rechtfertigung für einen Eingriff	26
4.3.1	Asymmetrische Informationsverteilung als Ursache für allokatives Marktversagen: Fairness sieht man Produkten nicht an	27
4.3.2	Ein Soziales Dilemma als Ursache für allokatives Marktversagen: Fairness als Gemeinschaftsprojekt	36
4.4	Meritorik als Rechtfertigung für einen Eingriff: Der irrationale Konsument	44
4.5	Externe Effekte.....	50
4.6	Zusammenfassung und Diskussion.....	52
5	Instrumentendiskussion	57
5.1	Instrumentenkategorien.....	58
5.2	Zielkonformität.....	60
5.2.1	Durchsetzung eines exogen vorgegebenen Gerechtigkeitsideals	61
5.2.2	Korrektur des Marktversagens durch asymmetrische Informationsverteilung	63
5.2.3	Korrektur des Marktversagens durch das Soziale Dilemma	66

5.2.4	Korrektur „falscher“ Präferenzen	68
5.3	Systemkonformität.....	70
5.3.1	Transparenzschaffung.....	71
5.3.2	Veränderung der relativen Preise	72
5.3.3	Mindeststandards	73
5.4	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	74
5.5	Weitere Prüfschritte	77
6	Politische Aktualität	79
7	Literaturverzeichnis	81