

**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: 978-3-8288-3955-7

ISSN: 1867-7738

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

Druck und Bindung: CPI buchbücher.de, Birkach

Printed in Germany

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.

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