

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	11
I. Einleitung	13
1. Private Governance durch Sozialstandards in der Spielzeugbranche	13
1.1. Rasante Ausbreitung globaler Selbstregulierung durch Verhaltenskodizes	14
1.2. Fragestellung der Arbeit: Selbstregulierung als Chance?	17
1.3. Forschungsstand zu Verhaltenskodizes	19
1.4. Zwei-Stufen-Kooperation durch Koordination und Institutionalisierung	23
1.5. Die globale Spielzeugindustrie als empirischer Untersuchungsfall	27
1.6. Methodische Anmerkungen	30
II. Theorie	35
2. Autorität und Legitimität privater internationaler Regime	35
2.1. Anreize und Formen von Private Governance	36
2.1.1. Historischer Rückblick	36
2.1.2. Ausgangslage von Private Governance	37
2.2. Private Governance durch Verhaltenskodizes: Von Multistakeholder-initiativen zu Branchenstandards?	42
2.3. Private Autorität in der internationalen politischen Ökonomie	47
2.4. Private internationale Regime	49
3. Die Bildung privater Regime für Sozialstandards durch Kooperation und Institutionalisierung	54
3.1. Das Problem: Die Bereitstellung globaler Kollektivgüter	55
3.2. Die Anwendung des neorealistischen Kooperationsansatzes	58
3.2.1. Die hegemoniale Stabilitätstheorie und die Rolle des Marktführers	61
3.2.2. Gruppengrößen und kollektives Handeln	62
	7

3.2.3. Zwischenfazit	65
3.3. Neoinstitutionalistische Kooperation und die Anwendung der Spieltheorie	66
3.4. Operationalisierung: Wie ein Kooperationsmechanismus aussehen müsste	73
3.4.1. Anstoß für Unternehmenshandeln durch die moralische Autorität der NGOs	74
3.4.2. Konzentrationsprozesse in globalen Produktionssystemen als Kooperationschance	77
3.4.2.1. Kooperation einer kleinen Gruppe marktführender Unternehmen	78
3.4.2.2. Durchsetzung von koordinierten Standards in einem Kartell	81
3.4.2.3. Zweistufige Branchenvereinbarungen	84
3.4.3. Stabilität von Private Governance durch Legitimation und Transparenz	85
3.4.3.1. Legitimation von Private Governance	85
3.4.3.2. Transparenz von Private Governance	86
3.5. Zusammenfassende Untersuchungsfragen	90
III. Empirie	91
4. Sozialstandards, Akteurskonstellation und Wettbewerb in der Spielzeugbranche	91
4.1. Der Kontext: Die Arbeitsbedingungen in der chinesischen Spielzeugindustrie	92
4.1.1. Extensive Überstunden ohne Vergütung	94
4.1.2. Arbeits- und Lebensbedingungen der Arbeiter	96
4.2. Die Rolle der NGOs in der Spielzeugkampagne	99
4.3. Die Wettbewerbssituation in der Spielwarenindustrie	102
4.3.1. Hierarchie in der Spielzeugbranche	102
4.3.2. Marktkonzentration und Vermarktungsstrategien der Spielzeugkonzerne	103
4.3.3. Die Wettbewerbssituation im Handel	108
4.3.4. Die Wettbewerbssituation der Auftragnehmer in China	112
4.4. Interessen und Handlungsoptionen in der globalen Spielzeugbranche in Bezug auf Sozialstandards	116
4.4.1. Die Interessen der Nichtregierungsorganisationen	117
4.4.2. Die Interessen der Unternehmen bei Verhaltenskodizes	119
4.4.2.1. Die großen Marken- und Handelsunternehmen	119
4.4.2.2. Die kleinen Markenunternehmen	121
4.4.2.3. Die Produzenten im Süden	122

4.4.2.4.	Die Monitoring-Unternehmen	123
4.4.3.	Die Interessen der Industrieverbände bei Verhaltenskodizes	125
4.5.	Zusammenfassung	126
5.	Heterogenität der Verhaltenskodizes der Marktführer und Koordination auf der ersten Stufe	128
5.1.	Der neorealistic Kooperationsansatz in der Anwendung	129
5.2.	Zwei-Stufen-Kooperation: Koordination der Großen auf der ersten Stufe	130
5.3	Relevante Verhaltenskodizes in der Spielzeugbranche	135
5.3.1	Disneys International Labor Standards	140
5.3.2.	Mattels Global Manufacturing Principles (GMP)	143
5.3.3.	McDonalds Code of Conduct for Suppliers	148
5.3.4.	Hasbros Global Business Ethics Principles	151
5.3.5.	Zusammenfassung	154
5.4.	Die Verhaltenskodizes der Einzelhandelsunternehmen	155
5.4.1.	Walmarts Supplier Standards	155
5.4.2.	Toys'R'Us und der SA8000-Standard der SAI	160
5.4.3.	Blick nach Deutschland und Europa: KarstadtQuelle, AVE und BSCI	162
5.4.3.1.	Die AVE- und die BSCI-Initiative	162
5.4.3.2.	KarstadtQuelle und die Anwendung des AVE-Modells in der Spielzeugindustrie	164
5.4.4.	Zusammenfassung	168
5.5.	Fazit: Koordination auf der ersten Stufe	169
6.	Der Branchenkodex der Spielzeugindustrie: Institutionalisierung der Branchenvereinbarung auf der zweiten Stufe	173
6.1.	Der neoinstitutionalistische Ansatz in der Anwendung	174
6.2.	Zwei-Stufen-Kooperation: Die Institutionalisierung auf der zweiten Stufe	176
6.3.	Der Branchenkodex der Spielzeugindustrie: Ziele, Legitimation, Umsetzung	179
6.3.1.	Die Entstehung und Motivation des ICTI Code of Business Practices	179
6.3.2.	Der Branchenkodex des Weltverbands ICTI	183
6.3.3.	Das Monitoring des Branchenkodex	185
6.4.	Legitimierung des Branchenkodex durch die Politik und NGOs?	187
6.4.1.	Einstellungen der Politik in Deutschland, Europa und den USA gegenüber dem ICTI-Kodex	187
6.4.2.	Einstellungen der NGOs: gesellschaftliche Legitimierung	

des Branchenstandards?	191
6.5. Die Institutionalisierungsstrategie des Weltverbands	195
6.5.1. Internationale Unterstützung des Branchenkodex durch die Markenunternehmen und Verbände	195
6.5.2. Einbindung des Handels in Europa und den USA	198
6.5.3. Produzenten und Verbände in China und der ICTI-COBP	201
6.5.4. Bisherige Reichweite des Branchenkodex: Globale Durchsetzung?	204
6.6. Institutionalisierung des Branchenkodex am Beispiel Simba-Dickie	205
6.7. Fazit: Kooperationsbedarf, Kooperationsstrategie und -niveau auf der zweiten Stufe	209
 IV. Schluss	 214
 7. Private Governance durch Sozialstandards – Folgerungen und Ausblick	 214
7.1. Bildung eines privaten Regimes durch Markenunternehmen und Handelskonzerne	215
7.2. Regimeehrgeiz und Regimewirkung	218
7.3. Lektionen aus der Spielzeugindustrie	222
 Literatur	 226
 Verzeichnis der Interviews	 242