

Der Schutz geographischer Herkunftsangaben: Herausforderungen für agrarökonomische, rechtswissenschaftliche und interdisziplinäre Forschung

Roland Herrmann, Thilo Marauhn und Ramona Teuber
Justus-Liebig-Universität Gießen

Immer mehr geographische Herkunftsangaben für Agrarprodukte erhalten einen rechtlichen Schutz: Prosciutto di Parma, Lübecker Marzipan oder Roquefort sind nur einige besonders bekannte Beispiele. Damit ist der Schutz geographischer Herkunftsangaben auch ein wichtiges Thema für die internationale Handelspolitik geworden, denn diese können prinzipiell ein Instrument des Protektionismus darstellen. Auch in der ökonomischen, insbesondere agrarökonomischen, sowie der rechtswissenschaftlichen Diskussion ist das Thema verstärkt anzutreffen. Für die zunehmende Zahl an geschützten Herkunftsangaben gibt es einige wesentliche Gründe. Im Zusammenhang mit der wachsenden Globalisierung des Handels steigt die Qualitätsunsicherheit der Verbraucher, und Qualitätssignale, wie die regionale Herkunft der Produkte, gewinnen an Bedeutung. Im Zuge von Globalisierungsprozessen steigen typischerweise auch die Marktanteile von international bekannten und beworbenen Markenprodukten. Diesem Trend der Produktvereinheitlichung steht vielfach das Bedürfnis der Verbraucher nach Produktvielfalt und Individualität entgegen, so dass unter dem Einfluss der Globalisierung auch regionalen Produkten eine zunehmende Wertschätzung zukommt. Weil Verbraucher der regionalen Herkunft von Lebensmitteln einen Wert beimessen, ist es das weitergehende Ziel von Unternehmen und Regionen, mit geschützten geographischen Herkunftsangaben Märkte höherwertiger Agrarprodukte oder auch Nischenmärkte zu erschließen, um so einen Preissteigerungseffekt und eine höhere Wertschöpfung zu realisieren (PERI und GAETA, 1999). In der Europäischen Union (EU) wird dieses Anliegen gewichtiger, da mit dem Abbau traditioneller Instrumente der Agrarpreispolitik und der stärkeren Liberalisierung der Märkte das Einkommen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft zunehmend auf freien Märkten erwirtschaftet werden muss. Aber auch in Entwicklungsländern wird die Produktion von sog. High-Value-Commodities für den Agrexport oder für große heimische Nahrungsmittelmärkte mehr und mehr zu einer entwicklungspolitischen Grundsatzfrage (SWINNEN und MARTENS, 2006). Mit der größeren Bedeutung von regionalen Herkunftsangaben für Verbraucherentscheidungen bei Lebensmitteln werden außerdem Fragen nach dem angemessenen rechtlichen Schutz wichtiger. So wächst mit der Globalisierung auch der Bedarf von Unternehmen und deren Heimatstaaten, ihre Produkte vor Nachahmung zu schützen und über rechtliche Regelungen einen Schutz des geistigen Eigentums zu erhalten.

Ob und unter welchen Bedingungen mit dem Schutz geographischer Herkunftsangaben tatsächlich ein zusätzlicher Einkommensbeitrag geleistet werden kann, wirft eine ganze Reihe von neuen Fragen für die agrarökonomische, die rechtswissenschaftliche und die interdisziplinäre Forschung auf. Einige wichtige Fragen dieser Art werden im Folgen-

den herausgearbeitet. Zunächst ist es jedoch notwendig, sich einige Grundbegriffe und Rahmenbedingungen der Regulierung geographischer Herkunftsangaben klarzumachen.

Geistige Eigentumsrechte sind ein zentrales Element der ökonomischen, politischen und rechtlichen Gestaltung von Globalisierungsprozessen. Dem trägt das 1994 im Rahmen der WTO vereinbarte Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums, das sog. TRIPS-Übereinkommen, Rechnung. Es verpflichtet alle WTO-Mitgliedsstaaten zur Einhaltung von Mindeststandards für sämtliche im Übereinkommen aufgeführten Arten geistigen Eigentums. Das TRIPS-Übereinkommen ist neben dem Madrider Abkommen von 1891 „über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben“ und der Pariser Verbandsübereinkunft von 1983 zum Schutz des gewerblichen Eigentums die wichtigste multilaterale Vereinbarung, die sich ausdrücklich mit geographischen Angaben befasst, diese definiert und ein integriertes globales Schutzsystem für geographische Angaben etabliert (BUSCHE und STOLL, 2007). Dabei legt Art. 22 des TRIPS-Übereinkommens fest: „Geographical indications are ... indications, which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation, or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin“. Aus dieser Definition wird deutlich, dass geographische Angaben besondere Bedeutung für landwirtschaftliche Produkte haben, wo naturräumliche Standortbedingungen, wie Bodenqualität und Klima, aber auch traditionelles Wissen zu herkunftsspezifischen Produktionsverfahren und Produkten führen. Der Zusammenhang zwischen Herkunft und Qualität wird insbesondere im Weinbau betont, wobei die Terroirdebatte verdeutlicht, dass der Zusammenhang zwischen Herkunft und Qualität durchaus kontrovers diskutiert wird (LÖHNERTZ, 2008).

Neben der multilateralen Schutzregelung für geographische Herkunftsangaben bestehen sehr unterschiedliche regionale, nationale und insbesondere supranationale Schutzsysteme. Einen besonderen Schutz erfahren geographische Herkunftsangaben im Recht der Europäischen Gemeinschaft, wenn ein nachweisbarer Zusammenhang zwischen dem geographischen Ursprung und den qualitätsbestimmenden Eigenschaften besteht. Eine Eintragung der Herkunftsangabe ist nach Verordnung (EG) Nr. 510/2006 des Rates vom 20. März 2006 zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, mit der die Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 des Rates vom 14. Juli 1992 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel abgelöst wurde, als „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g.U.) oder abgeschwächt als „geschützte geographische Angabe“ (g.g.A.) möglich, in englischer Sprache

„protected designations of origin“ (PDO) oder „protected geographical indications“ (PGI). Die Eintragung einer geschützten Ursprungsbezeichnung ist möglich, wenn ein Erzeugnis „seine Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich den geografischen Verhältnissen einschließlich der natürlichen und menschlichen Einflüsse verdankt und ... in dem abgegrenzten geografischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt wurde“ (Art. 2 Abs. 1 lit. a VO 510/2006). Eine geschützte geographische Angabe kann bei einem Produkt eingetragen werden, bei dem sich „eine bestimmte Qualität, das Ansehen oder eine andere Eigenschaft aus diesem geografischen Ursprung ergibt und das in dem abgegrenzten geografischen Gebiet erzeugt und/oder verarbeitet und/oder hergestellt wurde“ (Art. 2 Abs. 1 lit. b VO 510/2006). Damit müssen bei einer geschützten Ursprungsbezeichnung alle Produktionsschritte in der entsprechenden Region erfolgen, während bei der geschützten geographischen Angabe nur eine der Produktionsstufen in der Region stattfinden muss. Alternativ kann nach Verordnung (EG) Nr. 509/2006 des Rates vom 20. März 2006 über die garantiert traditionellen Spezialitäten bei Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln eine „garantierte traditionelle Spezialität“ eingetragen werden. Diese bezieht sich nicht auf eine bestimmte geographische Region. Vielmehr wird eine bestimmte Zusammensetzung bzw. ein traditionelles Herstellungs- oder Verarbeitungsverfahren geschützt.

Die agrarökonomische Forschung hat sich der Analyse von Schutzmaßnahmen für geographische Herkunftsangaben nicht mit der gleichen Intensität gewidmet wie z.B. staatlichen Instrumenten der Agrarpreispolitik. Allerdings liegen Beiträge vor zur Frage, inwieweit der Staat einen rechtlichen Schutz für geographische Herkunftsangaben gewährleisten sollte und ob eine Absatzförderung von Produkten mit geographischen Herkunftsangaben aus gesamtwirtschaftlicher Sicht erwünscht ist (BECKER, 2000). Es ist auch bekannt, dass eine Tradition des Schutzes von geographischen Ursprungsbezeichnungen und geschützten geographischen Angaben vor allem in Frankreich und Italien besteht. Neuere ländervergleichende Arbeiten zeigen überdies, dass verschiedene EU-Länder ganz unterschiedliche Schwerpunkte in der Qualitätspolitik bei Lebensmitteln setzen: Während in südlichen Ländern der Schutz geographischer Herkunftsangaben dominiert, setzen andere EU-Länder mehr auf die Förderung des ökologischen Landbaus oder die Einführung von Qualitätssicherungssystemen (BECKER, 2008). Anhand von Fallstudien wird in der marketingorientierten Literatur untersucht, welche Anforderungen an das Marketing bei einer erfolgreichen Förderung von Agrarprodukten durch den Schutz geographischer Herkunftsangaben zu stellen sind (z.B. THIEDIG, 2003). In der Verbraucherforschung findet sich außerdem ein relativ breiter Befund dazu, wie regionale Herkunftsangaben das Verbraucherverhalten bei Lebensmitteln beeinflussen (u.a. PROFETA, 2006; VAN DER LANS et al., 2001; VERBEKE und ROOSEN, 2008). Fasst man verschiedene Wirkungsanalysen zusammen, kann man durchaus von einem zusätzlichen Einkommenspotenzial durch geschützte Herkunftsangaben für die Agrar- und Ernährungswirtschaft ausgehen (HAYES, LENCE und STOPPA, 2004) und auch von einer möglichen Steigerung des Wohlstands, wenn die geschützten Herkunftsangaben Qualitätsunsicherheit und Suchkosten vermindern (LENCE et al., 2007). Allerdings fehlen modellbasierte, quantitative

Studien über die Effekte geschützter Herkunftsangaben noch sehr weitgehend. In solchen Studien wäre z.B. zu berücksichtigen, dass im Rahmen des Europäischen Schutzsystems zusätzliche Kosten durch Registrierung und Implementierung des Herkunftsschutzes einschließlich zusätzlicher Kosten der Qualitätssicherung entstehen. Informationen über die Grenzkosten des Herkunftsschutzes und der Qualitätssicherung im Rahmen von geschützten Herkunftsangaben fehlen weitgehend, sind aber für die Wirkungen des Herkunftsschutzes von entscheidender Bedeutung. Analoges gilt für Werbe- und Kreuzwerbebelastizitäten, die den Erfolg der Werbung für Produkte mit geschützten Herkunftsangaben bestimmen. An dieser Stelle könnte aber die zukünftige Forschung an Ergebnissen der breiten Literatur zur Ökonomik von Gemeinschaftswerbung anknüpfen, die zu wesentlichen Parametern wie Werbebelastizitäten, Nutzen-Kosten-Relationen etc. in vielen Fällen relativ einheitliche Ergebnisse aufgezeigt hat (u.a. KAISER et al., 2005). Vielfach wurde dort die Annahme unvollkommener Märkte in Modelle des gesamten Vermarktungskanals eingeführt, und Modelle dieser Art wären auch sehr relevant, um die Allokations- und Verteilungswirkungen von geschützten Herkunftsangaben aus der Sicht von Landwirten, Verarbeitern und Handel zu ermitteln.

Des Weiteren finden sich bisher nur wenige agrarökonomische Beiträge, die sich der Beurteilung unterschiedlicher Schutzsysteme aus der Sicht der Verbraucher oder Produzenten gewidmet haben. Selbst wenn es auf der Verbraucherseite eine ähnliche Wahrnehmung von geschützten Ursprungsangaben und geschützten geographischen Angaben nach VO Nr. 510/2006 geben sollte, so ist doch deren Anforderungsniveau auf der Angebotsseite sehr unterschiedlich. Die Grenzkosten der Antragstellung und der Implementierung einer g.U. werden in den meisten Fällen höher sein als bei einer Anerkennung als g.g.A. Es stellen sich daher viele bisher noch unbeantwortete Fragen zu den ökonomischen Anreizen, die Teilnehmer an einem solchen Schutzsystem veranlassen, sich für das eine oder andere System zu entscheiden. Es stellt sich auch die polit-ökonomische Frage, warum die Politikstrategien in der Qualitätssicherungspolitik zwischen EU-Ländern so unterschiedlich ausfallen und warum der Schutz geographischer Herkunftsangaben so verschieden große Bedeutung erfährt.

Auch Entwicklungsländer haben in jüngster Zeit einige Erfolge bei geschützten Herkunftsangaben vorzuweisen, so z.B. die Zulassung von Café de Colombia als g.g.A. im europäischen Gemeinschaftsrecht (Verordnung (EG) Nr. 1050/2007 der Kommission vom 12. September 2007). Weitere interessante Fallstudien werden in der Literatur vorgestellt. So befasste sich eine von der EU-Kommission geförderte international besetzte Forschergruppe im Rahmen des Siner-GI (Strengthening International Research on Geographical Indications)-Projektes mit den rechtlichen und ökonomischen Aspekten von geographischen Herkunftsangaben. Im Rahmen dieses Projektes wurden auch mehrere Fallstudien zu geographischen Angaben in Entwicklungsländern durchgeführt, z.B. in Mexiko zu Cotija-Käse (Website: <http://www.origin-food.org>). In einer umfassenden Studie von BRAMLEY und KIRSTEN (2007) wurde zunächst eine Bestandsaufnahme zum Potenzial geschützter geographischer Herkunftsangaben für Entwicklungsländer erstellt und ein methodisches Konzept zu deren Analyse und Bewertung vorgeschlagen. Interessant ist, dass eine

Reihe von Studien mit der hedonischen Analyse der Frage nachgehen, wovon bei Märkten mit Produktdifferenzierung Preisaufschläge für Entwicklungsländer ausgehen und inwieweit die Herkunft zu einem Mehrpreis führt (TEUBER, 2008; DONNET, WEATHERSPOON und HOEHN, 2008). Vielversprechend wäre, die Ergebnisse hedonischer Analysen weiterzuentwickeln bei der Frage, inwieweit die höhere Zahlungsbereitschaft für eine geschützte Herkunftsbezeichnung zur dauerhaften Steigerung der Einkommen und einer Förderung des ländlichen Raums in Entwicklungsländern genutzt werden kann. Studien dieser Art fehlen noch weitgehend, und trotz dieser ersten Ansätze sind die Forschungslücken bei geographischen Herkunftsangaben für Produkte aus Entwicklungsländern noch sehr groß.

In der rechtswissenschaftlichen Literatur gibt es ausführliche Arbeiten zu den Schutzstandards für geographische Angaben auf internationaler Ebene (CORTÉS MARTÍN, 2004; EVANS und BLAKENEY, 2006) und auf nationaler Ebene (AHUJA, 2004; ASLAND, 2005), wobei die Ziele der Schutzsysteme und die (beabsichtigten und unbeabsichtigten) Wirkungen der Schutzsysteme im Vordergrund stehen. Eine systematische rechtsvergleichende Analyse gibt es bislang nicht, auch wenn erste Teilstudien in diese Richtung unternommen worden sind (O'CONNOR, 2003). Rechtsvergleichende Arbeiten beschäftigen sich vor allem mit den unterschiedlichen Regelungsansätzen. So integriert das US-amerikanische Recht den Schutz geographischer Angaben weitgehend in das bestehende Marken(schutz)recht, während das Europäische Gemeinschaftsrecht einen Sondertatbestand zum Schutz geographischer Herkunftsangaben geschaffen hat (ROSE, 2007; IBELE, 2008). Offene Fragen betreffen darüber hinaus die Abstimmung der universellen und regionalen Schutzsysteme aufeinander (SCHÜSSLER, 2008), um zumindest im Hinblick auf die Regelungsziele ein in sich schlüssiges Mehrebenensystem zu entwickeln. Darüber hinaus wird die Bedeutung des Streitbeilegungsverfahrens im Rahmen der WTO in Anbetracht des Panel-Berichts aus dem Jahre 2005 zu durchleuchten sein (WTO, 2005). Schließlich stellt sich die Frage, ob und inwieweit den Interessen der Entwicklungsländer mit einer im Rahmen der Doha-Runde diskutierten Verschärfung der TRIPS-Standards gedient ist (MARAUHN, 2006).

In mehreren Konferenzen, deren Ergebnisse in Kürze publiziert werden, hat sich herauskristallisiert, dass eine interdisziplinäre Kooperation zu geschützten geographischen Herkunftsangaben zwischen Agrarökonomie und Rechtswissenschaften erfolgversprechend und notwendig ist (HERRMANN und MARAUHN, 2008; WIPO, 2008). So führen unterschiedliche Schutzsysteme zu unterschiedlichen Allokations- und Verteilungswirkungen. Die vergleichende ökonomische Analyse kann damit einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung des optimalen rechtlichen Schutzrahmens leisten. Umgekehrt kann die aus rechtswissenschaftlicher Sicht betriebene vergleichende Analyse unterschiedlicher rechtlicher Rahmenbedingungen auf nationaler oder regionaler Ebene ebenso wie die Entwicklung von Modellsätzen die Gestaltung ökonomischer Wirkungsanalysen und insbesondere die Wahl geeigneter Politikszenerarien beeinflussen und anregen.

Es bieten sich aber auch weitere interdisziplinäre Kooperationen an, insbesondere zu den Naturwissenschaften, die aus unserer Sicht nicht ansatzweise genutzt sind. So wird

beispielsweise beim Schutz geographischer Herkunftsbezeichnungen immer wieder der Zusammenhang zwischen Produktqualität und Herkunft betont. Während im Rahmen des TRIPS-Übereinkommens die Unterscheidbarkeit des geschützten Produktes im Sinne einer horizontalen Produktdifferenzierung im Vordergrund steht, betont das europäische Gemeinschaftsrecht eher die höherwertige Qualität eines geschützten Produktes, d.h. es wird von einer vertikalen Produktdifferenzierung ausgegangen. Naturwissenschaftler verfügen über Methoden, wie die Multikomponentenanalyse (DÜRING, 2008) oder stabile Isotopen, um die Besonderheiten einer regionalen Herkunft bei bestimmten Lebensmitteln objektiv zu messen. Dies könnte bei der Frage, ob die regionale Herkunft tatsächlich ein Qualitätsmerkmal bei bestimmten Lebensmitteln und damit schützenswert ist, erheblich weiterhelfen. Genau diese Frage ist sowohl in ökonomischen wie rechtswissenschaftlichen normativen Analysen zum geographischen Herkunftsschutz von großer Bedeutung.

Literatur

- AHUJA, V.K. (2004): Protection of Geographical Indications. In: *Journal of the Indian Law Institute* 46 (2): 269-287.
- ASLAND, J. (2005): Protection of Geographical Indications – What Is It and What's in It for Norway? In: *Bond Law Review* 17 (1): 1-28.
- BECKER, T. (2000): Rechtlicher Schutz und staatliche Absatzförderung für Agrarprodukte und Lebensmittel auf dem Prüfstand. In: *Agrarwirtschaft* 49 (12): 418-428.
- (2008): European Food Quality Policy: The Importance of Geographical Indications, Organic Certification and Food Quality Assurance Schemes in European Countries. In: *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy, Special Section*, Vol. 9, Fall (im Druck).
- BRAMLEY, C. und J. KIRSTEN (2007): The Economics of Geographical Indications: Toward a Conceptual Framework for Geographical Indication Research in Developing Countries. Contributed Paper, International Roundtable on the Economics of Intellectual Property Rights, World Intellectual Property Organization (WIPO), Geneva, November 26-27.
- BUSCHE, J. UND P.T. STOLL (2007): TRIPS: Internationales und europäisches Recht des geistigen Eigentums. Kommentar. Heimann, Köln.
- CORTÉS MARTÍN, J.M. (2004): TRIPS Agreement: Towards a Better Protection for Geographical Indications? In: *Brooklyn Journal of International Law* 30 (1): 117-184.
- DONNET, L., D. WEATHERSPOON und J.P. HOEHN (2008): Price Determinants in Top Quality E-Auctioned Specialty Coffees. In: *Agricultural Economics* 38 (3): 267-276.
- DÜRING, R.-A. (2008): Im Wein ist Wahrheit... Bestimmung des geografischen Ursprungs mittels Multikomponentenanalyse. In: Herrmann, R. (Hrsg.): *Wein: Qualitätssicherheit, Gesundheit und Genuss. Beiträge der Hochschultagung 2007 des Fachbereichs Agrarwissenschaften, Ökotröphologie und Umweltmanagement der Justus-Liebig-Universität Gießen*. DLG-Verlag, Frankfurt a.M. (im Druck).
- EVANS, G.E. und M. BLAKENEY (2006): The Protection of Geographical Indications after Doha. In: *Journal of International Economic Law* 9 (2): 575-614.
- HAYES, D.J., S.H. LENCE und A. STOPPA (2004): Farmer-Owned Brands? In: *Agribusiness* 20 (3): 269-285.
- HERRMANN, R. und T. MARAUHN (eds.) (2008): The Law and Economics of Geographical Indications. In: *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy, Special Section*, Vol. 9, Fall (im Druck).

- IBELE, E.W. (2008): The Nature and Function of Geographical Indications in Law. Special Section, In: *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Special Section, Vol. 9, Fall (im Druck).
- KAISER, H.M., J.A. ALSTON, J.M. CRESPI UND R.J. SEXTON (eds.) (2005): *Economics of Commodity Promotion Programs: Lessons from California*. Lang, New York.
- LENCE, S.H., S. MARETTE, D.J. HAYES und W. FOSTER (2007): Collective Marketing Arrangements for Geographically Differentiated Agricultural Products: Welfare Impacts and Policy Implications. In: *American Journal of Agricultural Economics* 89 (4): 947-963.
- LÖHNERTZ, O. (2008): Terroir – Bedeutung und Möglichkeiten für den Weinbau. In: Herrmann, R. (Hrsg.): a.a.O. (im Druck).
- MARAUHN, T. (2006): Entwicklungspolitische Implikationen des völkerrechtlichen Schutzes geographischer Angaben. In: Schmid, J. und H. Seiler (Hrsg.): *Recht des ländlichen Raums. Festgabe für Paul Richli zum 60. Geburtstag*. Luzerner Beiträge zur Rechtswissenschaft, Band 11: 321-333.
- O'CONNOR, B. (2003): *The Law of Geographical Indications*. Cameron and May, London.
- PERI, C. und D. GAETA (1999): Designations of Origins and Industry Certifications as Means of Valorizing Agricultural Food Products. In: Peri, C. und D. Gaeta (eds.): *The European Agri-Food System and the Challenge of Global Competition*. ISMEA, Milan: 59-68.
- PROFETA, A. (2006): *Der Einfluss geschützter Herkunftsangaben auf das Konsumentenverhalten bei Lebensmitteln: Eine Discrete-Choice-Analyse am Beispiel Bier und Rindfleisch*. Kovac, Hamburg.
- ROSE, B. (2007): No more Whining about Geographical Indications. In: *Houston Journal of International Law* 29 (3): 731-770.
- SCHÜSSLER, L. (2008): Protecting "Single-Origin Coffee" within the Global Coffee Market: The Role of Geographical Indications and Trademarks. In: *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Special Section, Vol. 9, Fall (im Druck).
- SWINNEN, J.F.M. und M. MARTENS (2006): Globalization, Privatization, and Vertical Coordination in Food Value Chains in Developing and Transition Countries. Plenary Paper, International Association of Agricultural Economists Conference, Gold Coast, Australia, August 12-18.
- TEUBER, R. (2008): Café de Marcala: Honduras' GI Approach to Achieve Reputation in the Coffee Market. In: *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Special Section, Vol. 9, Fall (im Druck).
- THIEDIG, F. (2003): Spezialitäten mit geographischer Herkunftsangabe: Marketing, rechtlicher Rahmen und Fallstudien. *Europäische Hochschulschriften, Reihe 5: Volks- und Betriebswirtschaft*, 3059. Peter Lang, Frankfurt a.M.
- VAN DER LANS, I.A., K. VAN ITTERSUM, A. DE CICCIO und M. LOSEBY (2001): The Role of the Region of Origin and EU Certificates of Origin in Consumer Evaluation of Food Products. In: *European Review of Agricultural Economics* 28 (4): 451-477.
- VERBEKE, W. und J. ROOSEN (2008): Market Differentiation Potential of Country-of-Origin, Quality and Traceability Labeling. In: *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Special Issue, Vol. 9, Fall (im Druck).
- WIPO (World Intellectual Property Organization) (2008): *The Economics of Intellectual Property. Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition*. Geneva (im Druck).
- WTO (World Trade Organization) (2005): Panel Reports DS174 and DS290, Complaints by the United States and Australia against "European Communities – Protection of Trademarks and Geographical Indications for Agricultural Products and Foodstuffs". Geneva.

Kontaktautor

PROF. DR. ROLAND HERRMANN

Institut für Agrarpolitik und Marktforschung der
Justus-Liebig-Universität Gießen
Senckenbergstr. 3, 35390 Gießen
Tel.: 06 41-99 37 020; Fax: 06 41-99 37 029
E-Mail: Roland.Herrmann@agr.uni-giessen.de