

# Literature review WP1

## Germany

Frank Thiedig

*Technische Universität München  
Professur für Marktlehre  
Freising, Deutschland*

## Review report

### 1. IDENTIFICATION OF THE MOST RELEVANT RESULTS

#### 1.1. Simple vs. qualified geographical indication

Since the Lisbon agreement it is discussed how geographical indications can be protected in general. Tillmann 1976 proves the economic importance of geographical indications and disagrees with the French view of protecting only so called 'qualified' geographical indications. German law researchers (Tillmann, 1976; Beier, Friedrich-Karl, 1963; Brogsitter, 1956) are much stricter and claim a (at least reflexive) protection for all geographical designation. Neglecting geographical designations for handcraft-products like pottery or steel ware and focussing only on some agricultural products has led to the distortion at the Lisbon agreement. The protection of so called 'simple' geographical designations has brought a wide discussion in German law journals. The EEC-Reg. 2081/92 has been regarded as a too small step. It does not seem logical to protect just food stuff and agricultural products.

#### 1.2. Origin as a cue and element of regional quality signs

In agri-marketing research the origin is regarded as an important quality cue. It has been proved that origin matters to the consumer of food products (Gerschau, Balling, von Alvensleben). A main discussion is whether the public should finance programs of proving the origin and how origin should be protected. In the federal state of Germany several Länder have introduced mixed quality and origin signs (Becker, Balling, Besch). While Becker and Benner (2000) call for abandoning these signs, Lippert and Thiedig (2001) show that origin as a public good could be supported for economic wealth in general for a certain period of time.

#### 1.3. WTO-issues

It has been discussed in law journals (Knaak) and nowadays in economic papers if and how origin should be protected in the WTO. Origin is an important issue and should be integrated in future negotiations. This should be done for all geographical designations, regardless whether they are simple or qualified geographical indication. (Lippert and Thiedig).

### 2. SELECTION OF SCIENTIFIC AND RECENT (SINCE 1980) PAPERS, PUBLICATIONS, MEMORIES AND STUDIES IN THE COUNTRY (INCLUDING INTERNATIONAL AND NATIONAL MEETINGS HELD IN ENGLISH)

I will distinguish three main research areas concerning the OLP-products in Germany:

1. Journals, publications and research papers done by Law research
2. Journals, publications and research papers done by agribusiness research
3. Journals, publications and research papers done by sociology research

I do not agree, that we should only look on publications since 1980. Some very important publications are published in the sixties and in the seventies of the 20<sup>th</sup> century (Tillmann 1976 is a 500 pages compendium about geographical designations in Germany). We have had a broad discussion on geographical designations before and after the Lisbon agreement 1958.

The most important publications are in bold letters.

## 2.1. Law research

In alphabetical order:

Ahrens, H.J. (1997)

**Geographische Herkunftsangaben: Tätigkeitsverbot für den BGH?**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 6, 508-15.

Anon. (1960)

**Abkommen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Französischen Republik über den Schutz von Herkunftsangaben, Ursprungsbezeichnungen und anderen geographischen Bezeichnungen vom 08. März 1960.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 431-42.

Anon. (1993)

**Gesetz zur Durchführung der Rechtsakte über Bescheinigungen besonderer Merkmale von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln.**

Bundesgesetzblatt I, 1814-6.

Beier, F.K. (1963)

**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben in Deutschland.**

Weinheim/Bergstr: Verlag Chemie.

Beier, F.K. (1977)

**Das Schutzbedürfnis für Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen im Gemeinsamen Markt.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 1, 1-12.

Beier, F.K. (1992)

**Unterscheidungskraft und Freihaltebedürfnis.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 4, 243-50.

Beier, F.K. ; R. Knaak (1992)

**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben in der Europäischen Gemeinschaft.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 6, 411-24.

Beier, F.K. ; R. Knaak (1993)

**Der Schutz der geographischen Herkunftsangaben in der Europäischen Gemeinschaft: Die neueste Entwicklung.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 602-10.

Berg, G. (1996)

**Die geographische Herkunftsangabe: Ein Konkurrent für die Marke?**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 4, 425-32.

Berlit, W. (1999)

**Das neue Markenrecht.**

München: Verlag C. H. Beck.

BGH (1956)

**UWG §§ 1, 3: "Rügenwalder Teewurst" (BGH-)Urteil.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 6, 270-3.

BGH (1957)

**UWG § 3: "Steinhäger" (BGH-)Urteil.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 3, 128-31.

BGH (1963)

**Nola-Entscheidung mit Anmerkungen von Beier.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 469 ff.

BGH (1989)

**UWG § 3: "Dresdner Stollen" (BGH-)Urteil mit Anmerkungen von Tilmann.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 6, 440-5.

BGH (1990)

**UWG § 3: "Dresdner Stollen II".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 6, 461-3.

BGH (1994)

**UWG § 3: (BGH-)Urteil "Mozzarella I" und "Mozzarella II".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 4, 307-11.

BGH (1999)

**Verordnung (EWG) Nr. 2081/92: Warsteiner I (Fragen zur Vorabentscheidung) und Warsteiner II (BGH-Urteil).**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 3, 251-5.

**Bundesanzeiger (1994)**

**Leitsätze 1994.**

**Köln.**

BLL (1995)

**Bund für Lebensmittelrecht: Jahrestagung 1995.**

Jahrestagung ed. Bonn: Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde.

Boes, Ulrich und Volker Deutsch (1996)

**Die "Bekanntheit" nach dem neuen Markenrecht und ihre Ermittlung durch Meinungsumfragen.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 3, 168-73.

**Brogstetter, W. (1956)**

**Der Rechtsschutz geographischer Herkunftsangaben von Weinen im deutschen und französischen Recht: Unter besonderer Berücksichtigung der Appellation Contrôlée.**

Weinblatt-Bücherei ed., Vol. 33. Neustadt an der Weinstraße: Weinblatt-Verlag D. Meininger.

von Danwitz, T. (1997)

**Ende des Schutzes der geographischen Herkunftsangabe? Verfassungsrechtliche Perspektiven.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 81-90.

DPA (1957)

**WZG § 4: "Schwarzwald": Urteil.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 5, 240-2.

DPA (1988)

**WZG § 4 abs. 2 Nr. 1 DPA-Urteil: "Original Allgäuzeller".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 3, 216-7.

DPA (1992)

**Warenzeichenrecht: DPA-Entscheidung "Vittel".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 1, 62-3.

EuG (1999)

**Europäisches Recht: "Molkerei Großbraunshain".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 1, 58-62.

EuGH (1993)

**Rechtsprechung: Europäisches Recht. Exportur S.A.: Urteil und Kommentar von Karl-Friedrich Beier (Turrón).**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 1, 76-82.

EuGH (1995)

**Artikel 30 EG-Vertrag: "Mars", Rechtssache C-470/93.**

Wettbewerb in Recht und Praxis 9, 677-9.

EuGH (1997a)

**Die Bezeichnung "de montagne" darf nicht inländischen Erzeugnissen vorbehalten sein.**

Pressemitteilung des EUGH 23.

EuGH (1997b)

**Europäisches Recht: EUGH-Urteil "Pistre" (montagne).**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 737-40.

EuGH (1998)

**Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 zum Schutz geographischer Angaben: EuGH-Urteil "Epoisses".**

Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft.

EuGH (1999a)

**Kennzeichnungsrecht: "Cambozola".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 5, 443-6.

EuGH (1999b)

**Urteil des Europäischen Gerichtshofes: Rechtssache C-289/96, C-293/96 und C-299/96 "Feta".**

Veröffentlichung des EUGH 16. März 1999.

EuGH (1999a)

**Urteil des Europäischen Gerichtshofes: Rechtssache C-87/97 "Cambozola".**

Veröffentlichung des EuGH 4. März 1999.

EuGH (1999b)

**Urteil des Europäischen Gerichtshofes: Rechtssache C-108/97 und C-109/97 "Chiemsee".**

Veröffentlichung des EUGH 4. Mai 1999.

Fezer, K.H. (1995)

**Das wettbewerbsrechtliche Irreführungsverbot als ein normatives Modell des verständigen Verbrauchers im Europäischen Recht.**

Wettbewerb in Recht und Praxis 9, 671-6.

Fezer, K.H. (1997)

**Markenrecht: Kommentar zum Markengesetz, zur Pariser Verbandsübereinkunft und zum Madrider Markenabkommen Beck'sche Kurzkommentare ed. München: Verlag C. H. Beck.**

Friese, J. (1975)

**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben in England.**

München

Glaus, U. (1996)

**Die geographische Herkunftsangabe als Kennzeichen.**

Europarecht ed. Basel: Helbig & Lichtenhahn.

Goebel, F.P. (1995)

**Schutz geographischer Herkunftsangaben nach dem neuen Markenrecht.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 98-103.

Haertel (1960a)

**Die Lissabonner Konferenz: Einleitung.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 2, 58-60.

Haertel (1960b)

**Die Lissabonner Konferenz: Schlussbemerkungen.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 2, 111-3.

Harte-Bavendamm, H. (1996)

**Ende der geographische Herkunftsbezeichnungen?**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 10, 717-29.

Hefermehl, W. ; A. Baumbach (Hrsg.) (1985)

**Warenzeichenrecht: Kurzkommentar.**

Beck'sche Kurzkommentare ed. München: Beck.

Hefermehl, W. ; A. Baumbach (Hrsg.) (1990)

**Wettbewerbsrecht. Kurzkomentar.**

Beck'sche Kurzkomentare ed., Vol. 13a. München: Beck.

**Heine, J.F. (1993)**

**Das neue gemeinschaftliche System zum Schutz geographischer Bezeichnungen.**

**Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 96-103.**

Helm, H. (1995)

**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben nach dem Markengesetz.**

in Festschrift für Vieregge, Jürgen F. Baur (Hrsg.), Berlin: de Gruyter, 335-59. Verlag Chemie; Weinheim / Bergstraße; N; Weinheim Bergstraße.

Hohmann, G. ; S. Leible (1995)

**Probleme der Verwendung geographischer und betrieblicher Herkunftsangaben bei Lebensmitteln.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 265-93.

Jehoram, H. C. (1980)

**Protection of geographic denominations of goods and services.**

Monographs on industrial property and copyright law ed., Vol. 3. Alphen aan den Rijn: Sijthoff & Noordhoff.

Jung, A. (1990)

**Der Schutz von geographischen Herkunftsbezeichnungen für Weine und Spirituosen im internen und externen Recht der EG.**

Schriften zum Europarecht ed., Vol. 3. Bern: Stämpfli.

Klette, M. (1988)

**Wettbewerbsrecht: Ein Champagner unter den Mineralwässern: Urteil und Anmerkungen.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 6, 453-7.

**Knaak, R. (1995a)**

**Der Schutz geographischer Angaben nach dem TRIPS-Abkommen.**

**Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 642-52.**

**Knaak, R. (1995b)**

**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben nach dem neuen Markenrecht.**

**Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 103-12.**

Koch, H.J. (1996)

**MarkenG § 8, § 37: "Schloß Wachenheim" (BPatG-) Urteil und Anmerkungen.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 6, 684-8.

Koch, H.J. (1997)

**WeinG § 15, § 17; WeinV § 30, § 36: "Perlwein" (OVG Rheinland-Pfalz-) Urteil und Anmerkungen.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 358-61.

**Koch, H.J. (1998)**

**Der Weinlagenname als Herkunftsangabe und Qualitätshinweis.**

**Schriften zur Weingeschichte ed., Vol. 123. Wiesbaden: Gesellschaft für Geschichte des Weines.**

Koch, H.J. (1999)

**Wein und Recht von A-Z: vom Weinberg zur Weinprobe.**

München: Deutscher Taschenbuchverlag.

Köln L.G (1957)

**UWG § 3: "Steinhäger" (LG Köln-)Urteil.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 3, 140-1.

Kraatz, K.J. (1980)

**Der Schutz geographischer Weinbezeichnungen im Recht der Europäischen Gemeinschaft: Unter besonderer Berücksichtigung der Sanktionsbefugnis und der Außenkompetenze.**

Duncker & Humblot, Schriften zum internationalen Recht ed., Vol. 21. Berlin: Duncker & Humblot.

- Krieger, A. (1960a)  
**Die Lissabonner Konferenz: Unlauterer Wettbewerb und Herkunftsangaben;**  
Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 2, 90-9.
- Krieger, A. (1960b)  
**Möglichkeiten für eine Verstärkung des Schutzes deutscher Herkunftsangaben im Ausland;**  
Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 400-20.
- Krimphove, D. (1993)**  
**Neuer europäischer Schutz von Waren- und Herkunftsbezeichnung in der Landwirtschaft;**  
**Agrarrecht 1, 7-10.**
- Kunig, P. (1994)  
**Anmerkung (zu Mozzarella I und II);**  
Zeitschrift für Lebensmittelrecht 4, 377-80.
- Leible, S. (1996)  
**UWG § 3, MarkenG § 127, Art 1 der EWG-VO Nr. 2081/92: "Original Oettinger Bier";**  
(OLG Naumburg-) Urteil und Anmerkungen," Zeitschrift für Lebensmittelrecht 1, 79-94.
- Leipzig, L.G (1994)  
**KZG-DDR §§ 19, Abs. 1: "Dresdner Butterstollen";**  
Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 5, 379-80.
- Loewenheim, U. (1999)  
**Verwendung einer einfachen geographischen Herkunftsangabe mit entlokalisierendem Zusatz (Warsteiner II);**  
LM 1.
- Loschelder, M. ; W. Schnepf (Hrsg.) (1992)**  
**Deutsche geographische Herkunftsangaben.**  
Köln: Carl Heymanns Verlag.
- Mergel, H. (1988)  
**WZG § 25; WeinG § 10: "Esselinger Neckarshalde II": Urteil und Anmerkungen.**  
Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 8, 610-4.
- Meyer, A.H. (1995)  
**Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen.**  
Wettbewerb in Recht und Praxis 10, 783-5.
- Meyer, A.H. (1997)**  
**Anmeldung von Herkunftsangaben nach der VO (EWG) Nr. 2081/92 des Rates: Ein Leitfaden.**  
**Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 91-5.**
- Meyer, A.H. (1998)  
**Lebensmittelrecht.**  
Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsanstalt mbH.
- Meyer, P. ; M. Koch (1999)  
**Rechtsschutz im Verfahren zum Schutz geographischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen (VO 2081/92).**  
Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 113-20.
- Michel, W.F. (1995)  
**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben durch das Markenrecht und certification marks.**  
Berlin: Berlin-Verlag Spitz.
- von Mühlendahl, A. (1993)**  
**Der Schutz geographischer Herkunftsangaben in der Europäischen Gemeinschaft nach der Verordnung Nr. 2081/92 vom 24. Juli 1992.**  
**Zeitschrift für Lebensmittelrecht 1-2, 187-201.**

Ohde, H.J. (1989)

**Zur demoskopischen Ermittlung der Verkehrsauffassung von geographischen Herkunftsangaben.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 2, 88-96.

OLG Hamburg (1995)

**UWG § 3; ZPO § 286: "Rügenwalder Teewurst II".**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 5, 354-8.

OLG Karlsruhe (1997)

**UWG § 3: "Warsteiner" (OLG Karlsruhe).**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1, 72-5.

OLG Koblenz (1994)

**LMBG § 17, § 52, § 53: "Schwarzwälder Bauernbrot": (OLG Koblenz)-Urteil.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 315-8.

Ostre Landsret (BerG) Kopenhagen (1999)

**Ausländisches und Internationales Recht: "Budweiser.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 2, 178-9.

OVG München (1960)

**Runderlaß Außenwirtschaft Nr. 25/58: "Setzbräu Moosburg" (Bayerisches OVG-) Urteil.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1, 37-8.

Quack und Vieregge (1992)

**Mitteilungen aus der Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht: Brief an den Bundesminister der Justiz vom 26.03.1992.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 6, 368-70.

**Protection of origin by RAL-Herkunftsgewährzeichen:**

RAL (1972a): Bayerische Pfifferlinge RAL-RG 0121. Sankt Augustin.

RAL (1972b): Bayerische Steinpilze RAL-RG 0120. Sankt Augustin.

RAL (1972c): Bayerischer Heidelbeerwein RAL-RG 0181. Sankt Augustin.

RAL (1972d): Berliner Weisse RAL-RG 0175. Sankt Augustin.

RAL (1972e): Bremer Bier RAL-RG 0174. Sankt Augustin.

RAL (1972f): Coburger Schinken RAL-RG 0101. Sankt Augustin.

RAL (1972g): Düsseldorfer Senf RAL-RG 0140. Sankt Augustin.

RAL (1972h): Kulmbacher Bier RAL-RG 0177. Sankt Augustin.

RAL (1972i): Lübecker Marzipan RAL-RG 0132. Sankt Augustin.

RAL (1972j): Münchner Bier RAL-RG 0172. Sankt Augustin.

RAL (1972k): Nürnberger Lebkuchen RAL-RG 0131. Sankt Augustin.

RAL (1972l): Schwarzwälder Kirschwasser RAL-RG 0171. Sankt Augustin.

RAL (1972m): Schwarzwälder Schinken RAL-RG 0102. Sankt Augustin.

RAL (1973): Frankfurter Apfelwein RAL-RG 0182. Sankt Augustin.

RAL (1976): Rügenwalder Teewurst RAL-RG 0104. Sankt Augustin.

RAL (1978): Ammerländer Schinken RAL-RG 0105. Sankt Augustin.

Raffée, H. (1991)

**Verkehrsauffassung und Verbrauchererwartung aus der Sicht der empirischen Marktforschung.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 281-99.

Reinhard, T. (1999)

**Die geographische Herkunftsangabe nach dem Markengesetz unter Berücksichtigung internationaler Regelungen.**

Würzburg: Ergon-Verlag.

Schauff, M. (1994)

**Änderungen der Käse VO und anderer Verordnungen.**

Deutsche Milchwirtschaft, 44. Jahrgang 25/26, 1257-61.

**Schricker, G. ; E.M. Bastian ; und F. Albert (Hrsg.) (1998)**

**Die Neuordnung des Markenrechts in Europa: Textsammlung Mit einer Einführung von Anette Kur.**

1st ed. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.



Sordelli, L. (1960)

**Die rechtliche Regelung der Ursprungsbezeichnungen und Herkunftsangaben in Italien.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 421-30.

Sosnizza, O. (1995)

**UWG § 3; ZPO § 286: "Rügenwalder Teewurst" (BGH-)Urteil und Anmerkungen.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 313-29.

Tilman, W. (1976)

**Die geographische Herkunftsangabe: Tatsachen, Rechtsschutz und rechtspolitische im Inland, im Ausland und im internationalen Recht.**

Schriften des Instituts für Arbeits- und Wirtschaftsrecht an der Universität zu Köln ed., Vol. 35. München: Beck.

Tilman, W. (1980)

**Zur Reichweite des Schutzes im deutschen und europäischen Markenrecht.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 6, 660-73.

Tilman, W. (1992)

**EG-Schutz für geographische Herkunftsangaben.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 12, 829-35.

Tilman, W. (1993)

**Grundlage und Reichweite des geographischer Herkunftsangaben nach der VO/EWG 2081/92.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 8/9, 610-7.

Ullmann, E. (1991)

**Der Verbraucher: ein Hermaphrodit?**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 316-33.

Ullmann, E. (1995)

**Entgegnung Ullmann.**

Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht, 761.

Ulmer, E. (1960)

**Die Lissabonner Konferenz zur Revision der Pariser Verbandsübereinkunft: Vorbemerkung der Schriftleitung.**

Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international 2, 57.

Ullmann, E. (1999)

**Der Schutz der Angabe zur geographischen Herkunft - wohin? Die geographische Herkunftsangabe im Wettbewerbsrecht und im Markenrecht.**

GRUR 1999(Heft 8/9), 666-673.

Volkman-Schluck, T. (1998)

**EWG-VO Nr. 2081/92: "6-Korn" (EUGH-)Urteil und Anmerkungen.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 4, 459-73.

Wiechmann, D. (1999)

**Schutz für "Rügenwalder Teewurst",**

Lebensmittelzeitung 10 (11 März), 30.

Zipfel, W. (1991)

**Verkehrsauffassung: Verbrauchererwartung im deutschen Recht.**

Zeitschrift für Lebensmittelrecht 3, 300-16.

## 2.2. Some Research in the field of Economics

In alphabetical order:

Von Alvensleben, R ; Gertken, D. (1993)

**Regionale Gütezeichen als Marketinginstrument bei Nahrungsmitteln.**

AW (Agrarwirtschaft) 42 Heft 6, p. 247-251

Baade, E. (1988)

**Analyse des Konsumentenverhaltens bei alternativ erzeugten Lebensmitteln. Ergebnisse einer Kundenbefragung in München.**

Ph.D. Dissertation, TU München. (N)

Balling, R. (1997)

**Kooperation: Strategische Allianzen, Netzwerke, Joint-Ventures und andere Organisationsformen zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit in Theorie und Praxis.**

Europäische Hochschulschriften ed., Vol. 2099. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.

Balling, R. (1995)

**Der Herkunftsaspekt als Erfolgsfaktor für das Lebensmittelmarketing.**

Ber.Ldw. (Berichte über Landwirtschaft) 73, p. 83-106

Balling, R. (1997)

**Gemeinschaftsmarketing für Lebensmittel.**

Kiel.

Balling, R. (2000)

**Ergebnisse von Verbraucherbefragungen zur Bedeutung der regionalen Herkunft bei Lebensmitteln.**

In: Werner, W. ; Böttcher, J. ; Isermeyer, F. ; Kalm, E. ; Otte, A. (Hrsg.): Regionale Marketing-Konzeption im Agribusiness: Theoretischer Ansatz und empirische Überlegungen, Frankfurt, S. 19-37

Barberis, C. (1992)

**Zwischen Kultur und Wirtschaft.**

In: UNILAT, I.M.A.e F. (Hrsg.): DOC-Käse aus Italien. Ein großes Vermögen, Mailand, S. 19-20

Becker, T. (1999)

**The economics of food quality standards.**

Hamburg.

Becker, T. (2000)

**Rechtlicher Schutz und staatliche Absatzförderung für Agrarprodukte und Lebensmittel auf dem Prüfstand.**

AW (Agrarwirtschaft) 12, p. 418-428

Becker, T. ; Benner, E. (2000)

**Zur Problematik der Herkunftsangabe im regionalen Marketing.**

Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte (Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte) 1, p. 61

Berger, R. (1994)

**Internationale Analyse von Spezialitäten im In- und Ausland aus Verbrauchersicht.**

In: CMA (Hrsg.) CMA-Spezialitätenbörse 1994. Symposium: "Welche Chancen haben deutsche Spezialitäten im In- und Ausland?", Bonn, S. 117-244

Besch, M. (1993)

**Mehr Marketing für die Agrarwirtschaft.**

AW (Agrarwirtschaft) 11, p. 381-383

Besch, M. ; Hausladen, H. (1999)

**Regionales Marketing im Agribusiness.**

Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank (Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank) Band 13, p. 7-50

Besch, M. ; Hausladen, H. ; Thiedig, F. (2000)

**Verbraucherpräferenzen für regionale Produkte.**

In: Werner, W. ; Böttcher, J. ; Isermeyer, F. ; Kalm, E. ; Otte, A. (Hrsg.): Regionale Marketing-Konzeption im Agribusiness: Theoretischer Ansatz und empirische Überlegungen, Frankfurt, S. 38-54

Besch, M. ; Prachhart, M. (1988)

**Landwirtschaftliche Marktforschung in Bayern: Die Herkunftsbezeichnungen bei Lebensmittel als Kaufmotiv.**

Bayerisches landwirtschaftliches Jahrbuch (Bayerisches landwirtschaftliches Jahrbuch) 65 Heft 5, p. 623-640

Besch, M. ; Prummer, S. (1997)

**Regionale Marketingkonzepte auf einzelbetrieblicher und kooperativer Basis.**

In: Bauer, S. ; Herrmann, R. ; Kuhlmann, F. (Hrsg.): Märkte der Agrar- und Ernährungswirtschaft - Analyse, einzelwirtschaftliche Strategien, staatliche Einflußnahme -, Münster-Hiltrup, S. 327-338

Braun, E. (2001)

**Marketing bayerischer Spezialitäten im Wurstwarenbereich (noch unveröffentlicht).**

Diplom Thesis, TU München.

CMA (1994b)

**Welche Chancen haben deutsche Spezialitäten im In- und Ausland?**

Referate, Forschungsergebnisse und Thesen. Bonn.

Gerschau, M. (1989)

**Das Image von Lebensmitteln bayerischer Herkunft. Analyse einer Repräsentativerhebung bei deutschen Verbrauchern.**

Doktor Thesis, Technische Universität München. 211 p. (N)

Gerschau, M. (1990)

**Die Herkunft von Lebensmittel als Mittel zur Produktdifferenzierung.**

AW (Agrarwirtschaft) 39 Heft 9, p. 273-276

Grienberger, R. (2000)

**Die Herkunftsangabe als Marketinginstrument.**

Mainz.

Güldenbergh, H. (1994)

**Die Rolle von Spezialitäten im Handel.**

In: CMA (Hrsg.): CMA-Spezialitätenbörse 1994. Symposium: "Welche Chancen haben deutsche Spezialitäten im In- und Ausland?", Bonn, S. 9-116

Hausladen, H. (2000)

**Konturen lokaler Wettbewerbsvorteile im Lebensmittelmarketing.**

AW (Agrarwirtschaft) 12, p. 444-452

Hausladen, H. (2001)

**Regionales Marketing. Ein Marketingmanagement-Ansatz für kleinräumige Kooperationsprojekte zur Erzielung regionaler Wettbewerbsvorteile.**

Dr Thesis, TU München Weihenstephan.

Hausladen, H. ; Besch, M. (1999)

**Bestandsaufnahme mit Projektbeschreibungen zur regionalen Vermarktung.**

München.

Hausruckinger, G. (1993)

**Herkunftsbezeichnungen als präferenzdeterminierende Faktoren: eine internationale Studie bei langlebigen Gebrauchsgütern.**

Peter Lang Verlag; Frankfurt am Main; 236. Frankfurt am Main.

Hensche, H.-U. (1993)

**Verbraucherpräferenzen für Nahrungsmittel aus der näheren Umgebung - eine Chance für marktorientierte Landwirte.**

Kiel.

Herrmann, R. ; Krischik-Bautz, S. ; Thompson, S.R. (2000)

**Möglichkeiten der Erfolgskontrolle regionaler Vermarktungssysteme auf der Grundlage quantitativer Methoden.**

In: Werner, W. ; Böttcher, J. ; Isermeyer, F. ; Kalm, E. ; Otte, A. (Hrsg.): Regionale Marketing-Konzeption im Agribusiness: Theoretischer Ansatz und empirische Überlegungen, Frankfurt, S. 156-178

Hubert, R. (1991a)

**Die Aischgründer Karpfenteichwirtschaft im Wandel.**

Passau.

Klaus Noyen Research (1998a)

**Spezialitäten bei Speisen und Getränken in Deutschland.**

Bonn.

Kliebisch, C. (2000)

**Motive zum Kaufverhalten von Lebensmitteln - Eine empirische Studie auf der Basis der Means-End-Chain-Theorie.**

AW (Agrarwirtschaft) 12, p. 403-411

Kneer, G. (2001)

**Marketing traditioneller Spezialitäten im Bereich Backwaren und Feine Backwaren.**

Diplom Thesis, TU München (bisher unveröffentlicht).

Koob, C. ; Weber, M. (1999)

**Erfolg durch authentizitätsorientiertes Marketing.**

Absatzwirtschaft (Absatzwirtschaft) 4, p. 74-81

Kühn, R. (1993)

**Das "Made-In-Image" Deutschlands im internationalen Vergleich.**

Marketing ZFP (Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis) Heft 2, II Quartal, p. 119-127

Lippert, C. ; Thiedig, F. (2001)

**Staatliche Förderung geographischer Herkunftsangaben für Lebensmittel und Agrarprodukte. Wohlfahrtstheoretische Analyse und Implikation für die WTO-Verhandlungen.**

(will be published in October 2001.)

Mair-Waldburg, H. (1974a)

**Handbuch der Käse.**

Kempten.

Manegold, D. (2001)

**Aspekte gemeinsamer Agrarpolitik 2000.**

AW (Agrarwirtschaft) 50, Heft 1, p. 2-16

Manschwetus, U. (1995)

**Regionalmarketing: Marketing als Instrument der Wirtschaftsentwicklung.**

Wiesbaden.

Meyer, A.-J. (1999)

**Regionalmarketing: Grundlagen, Konzepte, Anwendungen.**

München.

Nebel, H. (1987a)

**Untersuchung über Einflüsse von Herkunft, Anbau und Lagerung auf die Qualität von Meerrettich.**

Weihenstephan.

Thiedig, F. (1996)

**Regionaltypische traditionelle Lebensmittel und Agrarerzeugnisse: Kulturelle und ökonomische Betrachtungen zu einer ersten Bestandsaufnahme deutscher Spezialitäten.**

Freising.

Thiedig, F. (1998)

**Deutschlands kulinarisches Erbe.**

Nürnberg.

Thiedig, F. ; Sylvander, B. (2000)

**Welcome to the club? An Economical Approach to Geographical Indications in the European Union.**

AW (Agrarwirtschaft) 12, p. 428-437

Thiedig, F.

**Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte mit geographischer Herkunftsangabe. Theoretische Analyse des Marketings bayerischer Lebensmitteln und Agrarprodukten mit geographischer Herkunftsangabe sowie empirische Untersuchung mit Hilfe der Fallstudienforschung.**

PhD-thesis. Will be published end 2001.

Von Alvensleben, R. (2000a)

**Verbraucherpräferenzen für regionale Produkte.**

In: Werner, W. ; Böttcher, J. ; Isermeyer, F. ; Kalm, E. ; Otte, A. (Hrsg.): Regionale Vermarktungssysteme in der Land-, Ernährungs- und Forstwirtschaft, Frankfurt, S. 3-18

Von Alvensleben, R. (2000b)

**Zur Bedeutung von Emotionen bei der Bildung von Präferenzen für regionale Produkte.**

**AW (Agrarwirtschaft) 12, p. 399-402**

Von Alvensleben, R. ; Meier, T. (1989)

**Verbrauchereinstellungen zu Obst.**

Hanover.

Wirthgen, B. ; Kuhnert, H. ; Altmann, M. ; Wirthgen, A. ; Osterloh, J. (1999)

**Die regionale Herkunft von Lebensmitteln und ihre Bedeutung für die Einkaufsentscheidung der Verbraucher: auf der Basis von Verbraucherbefragungen in drei benachbarten Regionen Deutschlands.**

Ber.Ldw. (Berichte über Landwirtschaft) 77, p. 243-261

### 2.3. Some research in the field of Sociology

In alphabetical order:

Barlösius, E. (1988)

**Soziale und historische Aspekte der deutschen Küche.**

in: Die Kultivierung des Appetit, Stephan Mennell, ed., Frankfurt am Main.

Barlösius, E. (1997)

**Bedroht das europäische Lebensmittelrecht die Vielfalt der EBkulturen?**

in: Essen und kulturelle Identität, Gerhard Neumann, Hans Jürgen Teuteberg, and Alois Wierlacher, eds., Berlin: Akademie Verlag, Kulturthema Essen ed., Vol. 2, pp. 113-28;

Barlösius, E. (1999)

**Soziologie des Essens.**

Weinheim: Juventa-Verlag, 1999

Barlösius, E. (1999)

**History and Culture of Food and drink in France.**

in: World History of Food and Nutrition, F. Kiple and K. Ornelas-Kiple, eds. (New York and Cambridge)

Noetzel, T. (1999)

**Authentizität als politisches Problem.**

Berlin.

Teuteberg, (1992) ed.

**European Food History.**

Leicester University Press, Leicester

Wierlacher, A. ; Neumann, G. ; Teuteberg, H.J. (1993)

**Kulturthema Essen.**

Berlin.

## Discussion report

### 1. NEED FOR NEW RESEARCH (WHICH AND WHY) AND POLICY RELATED ISSUES : WHICH PAPERS ARE IMPORTANT FOR THE POLICIES AND IMPORTANT FOR THE WTO

- Overview of the different protection systems for geographical designations in the most important countries
- Position of the different countries to the Lisbon agreement and the Madrid agreement
- List of generic terms in the different countries
- List of problematic cases (Pilsen-beer, Budweiser, Swiss cheese)
- Organisation of the control and application bodies

### 2. POLICY RELATED ISSUES : WHICH PAPERS ARE IMPORTANT FOR THE POLICIES AND IMPORTANT FOR THE WTO

Five publications I have worked with. Most of my information is from the [www.wto.org](http://www.wto.org) Sites.

Knaak, R. (1995)

**Der Schutz geographischer Angaben nach dem TRIPS-Abkommen.**

*Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international* 8/9, 642-52.

Schricker, G. ; E;m; Bastian . F; Albert, eds. (1998)

**Die Neuordnung des Markenrechts in Europa: Textsammlung Mit einer Einführung von Anette Kur;**

1st ed. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Berkey, J;O. (2000)

**Implications of the WTO Protection for Food Geographic indications;**

American Society of International Law, Massachusetts.

Krishna, K. ; A.O. Krueger (1994)

**Implementing Free Trade Areas: Rules of Origin and Hidden Protection.**

Pennsylvania: Department of Economics, Pennsylvania State University.

Faupel, R. (1990).

**GATT und geistiges Eigentum: Ein Zwischenbericht zu Beginn der entscheidenden Verhandlungsrunde von Punta del Este zum Midterm-Review.**

*Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international* 04, 255-66.

