Inhaltsverzeichnis

Danksagung . . . . . **I**
Zusammenfassung . . . . . **II**
Inhaltsverzeichnis . . . . . **III**
Abbildungsverzeichnis . . . . . **VI**
Tabellenverzeichnis . . . . . **VII**
Abkürzungsverzeichnis . . . . . **VIII**
1 Einleitung **1**
1.1 Problemstellung und Zielsetzung 1
1.2 Modus Procedendi und Aufbau der Dissertationsschrift 3
2 Herkunftsangaben unter der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 . . . . . **5**
2.1 Die geografische Herkunftsangabe in der Agrar- und Ernährungswirtschaft 5
2.1.1 Verunsicherungen der Verbraucher beim Lebensmittelkonsum 5
2.1.2 Definition und Wahrnehmung der geografischen Herkunftsangabe 8
2.2 Das regulierungspolitische Kommunikationsinstrument des Food-Labelling 10
2.2.1 „The Market for Lemons" und die adverse Selektion 10
2.2.2 Begriffsbestimmung des Food-Labelling 15
2.2.3 Grundlage der Glaubwürdigkeit des Food-Labelling 17
2.3 Die geschützten Herkunftsangaben im internationalen Recht 19
2.4 Die Verortung der VO 1151/12 als Instrument des Food-Labelling 23
2.4.1 Begriffsbestimmung und Zielvorgaben der VO 1151/12 23
2.4.2 Quantitative Entwicklung und Bedeutung der GEO-Verordnung 26
2.5 Die Schutzvoraussetzungen der VO 1151/12 29
2.5.1 Formelle Schutzvoraussetzungen der GEO-Verordnung 29
2.5.2 Materielle Schutzvoraussetzungen der GEO-Verordnung 32
2.6 Der Schutzbereich von VO 1151/12 35
2.6.1 Begriffsschutz der Herkunftsangabe 35
2.6.2 Qualitätsschutz der Herkunftsangabe 36
2.7 Vergleich des Schutzsystems der VO 1151/12 mit dem Markenrecht 37
2.8 Forschungsfragen der ökonomischen Wirkungseffekte von VO 1151/12 39
3 Theoretische Analyse der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 . . . . . **41**
3.1 Die VO 1151/12 in Modellen der vertikalen Produktdifferenzierung 42
3.1.1 Forschungsstand zur theoretischen Analyse der VO 1151/12 42
3.1.2 Annahmen des Grundmodells 44
3.1.3 Ursachen der adversen Selektion bei Produktdifferenzierung 48
3.2 Der Zertifizierungseffekt von VO 1151/12 50
3.2.1 Modellerweiterung durch den Zertifizierungseffekt 50
3.2.2 Ergebnisse des Zertifizierungseffekts 54
3.3 Der Schutzeffekt von VO 1151/12 57

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1089086415

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

3.3.1 Modellerweiterung durch den Schutzeffekt 57
3.3.2 Ergebnisse des Schutzeffekts 59
3.4 Der Qualitätseffekt von VO 1151/12 62
3.4.1 Modellerweiterung durch den Qualitätseffekt 62
3.4.2 Validierung des Qualitätseffekts 66
3.4.3 Anreize des Qualitätseffekts im Bertrand- und Cournot-Modell 67
3.4.4 Ergebnisse des Qualitätseffekts 71
3.5 Der Herkunftseffekt von VO 1151/12 74
3.5.1 Modellerweiterung durch den Herkunftseffekt 74
3.5.2 Ergebnisse des Herkunftseffekts 77
3.6 Die dynamischen Anreizwirkungen der geschützten Herkunftsangabe 80
3.6.1 Notwendige Implikationen für eine Markteintrittsbarriere 80
3.6.2 Innovationsanreize im Falle der Markteintrittsbarriere 82
3.6.3 Innovationsanreize der Produzentenvereinigung nach VO 1151/12 86
3.7 Forschungsbeitrag der theoretischen Analyse von VO 1151/12 88
4 Empirische Analyse der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 90
4.1 Der Label-Effekt von VO 1151/12 in hedonischen Preismodellen 91
4.1.1 Methodik der hedonischen Preisanalyse 91
4.1.2 Forschungsstand zur hedonischen Preisanalyse der VO 1151/12 93
4.2 Die Darstellung der zur hedonischen Preisanalyse verwendeten Daten 95
4.2.1 Erhebung der verwendeten Daten 95
4.2.2 Deskriptive Statistik der verwendeten Daten 97
4.3 Das empirische Modell der durchgeführten hedonischen Preisanalyse 104
4.3.1 Ökonometrische Modellspezifikation 104
4.3.2 Methodische Reflexion der gewählten Modellspezifikation 107
4.3.3 Das empirische Random-Effects-Modell 108
4.4 Die Ergebnisse der durchgeführten hedonischen Preisanalyse 109
4.4.1 Ergebnisse für die einzelnen Warengruppen 109
4.4.2 Ergebnisse des Label-Effekts der VO 1151/12 115
4.5 Der Label-Effekt von VO 1151/12 in der Metaanalyse 118
4.5.1 Das empirische Verfahren der Metaanalyse 118
4.5.2 Darstellung der zur Metaanalyse verwendeten Daten 119
4.5.3 Methodische Reflexion der Metaanalyse 125
4.6 Die Ergebnisse der durchgeführten Metaanalyse 127
4.6.1 Ergebnisse des Label-Effekts der VO 1151/12 127
4.6.2 Validierung des Label-Effekts der VO 1151/12 129
4.6.3 Ergebnisse der Moderatoranalyse 134
4.7 Forschungsbeitrag der empirischen Analyse von VO 1151/12 136
5 Diskussion und Implikationen der Ergebnisse 138
6 Zusammenfassung und Ausblick 146

Literaturverzeichnis **148**
Anhänge **171**
Anhänge zu Kapitel 2 171
Anhänge zu Kapitel 3 172
Anhänge zu Kapitel 4 178