AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.

Lippert, C.; Thiedig, F.: Staatliche Förderung geographischer Herkunftsangaben für Lebensmittel und Agrarprodukte – wohlfahrtstheoretische Analyse und Implikationen für die WTO-Verhandlungen. In: Brockmeier, M.; Isermeyer, F.; von Cramon-Taubadel, S.: Liberalisierung des Weltagrarhandels – Strategien und Konsequenzen. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 37, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (2001), S.149-158.

Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V., Bd. 37, 2001, S. 149-158

STAATLICHE FÖRDERUNG GEOGRAPHISCHER HERKUNFTSANGABEN FÜR LEBENSMITTEL UND AGRARPRODUKTE - WOHLFAHRTSTHEORETISCHE ANALYSE UND IMPLIKATIONEN FÜR DIE WTO-VERHANDLUNGEN

von

C. LIPPERT[1] und F. THIEDIG[2]

1 Einleitung

Seit der EU-Agrarreform vollzieht sich in Europa zunehmend ein Paradigmenwechsel von einer quantitäts- zu einer qualitätsorientierten Agrarpolitik. Der geographischen Herkunft - als einem wichtigen Attribut von Lebensmitteln - kommt dabei eine wachsende Bedeutung zu. Lebensmittel und Agrarprodukte mit geographischer Herkunftsangabe verfügen häufig über ein hohes akquisitorisches Potenzial und bieten insbesondere bei generischen Produkten - wie z. B. Schrobenhausener Spargel oder Bodenseeobst - die Möglichkeit einer Differenzierung (THIEDIG und SYLVANDER 2000, S. 431 f.).

Betriebliche Herkunftsangaben (d. h. Marken) werden im Allgemeinen zunächst durch einen rechtlichen Schutz abgesichert, bevor mit z. T. hohem Investitionsaufwand akquisitorisches Potenzial aufgebaut wird. Die rechtliche Absicherung geographischer Herkunftsangaben war aufgrund ihrer kollektiven Natur in Deutschland lange Zeit nur eingeschränkt möglich (HARTE-BAVENDAMM 1996). Erst 1995 schuf der deutsche Gesetzgeber mit dem neuen Markengesetz (MarkenG) die Voraussetzung, geographische Herkunftsangaben als Kollektivmarken eintragen zu lassen. Für bestimmte Lebensmittel und Agrarprodukte besteht seit 1992 die Möglichkeit, geographische Herkunftsangaben über die EWG-Verordnung Nr. 2081/92 als geographische Angaben oder als Ursprungsbezeichnungen europaweit schützen zu lassen. Bei der Eintragung muss allerdings nachgewiesen werden, dass die Qualität des Produktes „objektiv" auf die Herkunft zurückgeführt werden kann. Derartige Herkunftsangaben werden als „qualifizierte Herkunftsangaben" bezeichnet. Im Gegensatz dazu sind „einfache" bzw. „qualitätsneutrale" Herkunftsangaben sowie Kombinationen von Qualitätszeichen mit „einfachen" geographischen Angaben (wie z. B. das bisherige CMA-Gütezeichen „Markenqualität aus deutschen Landen") nicht in die europäische Verordnung integriert worden (BECKER 2000, S. 420 f., OBERGFELL 2001, S. 313 ff.). „Qualitätsneutrale" Herkunftsangaben sind allerdings nach deutschem Wettbewerbsrecht, um der Irreführung von Konsumenten vorzubeugen, indirekt geschützt (EuGH, 2000). Die Kombination von einfacher geographischer Herkunftsangabe mit Qualitätszeichen spielt im deutschen Gemeinschaftsmarketing eine wirtschaftlich und politisch bedeutsame Rolle. Die EU-Kommission hingegen möchte aus Gründen des freien Warenverkehrs sowie der Rechtsharmonisierung nur den „qualifizierten" Herkunftsangaben eine staatliche Förderung zukommen lassen.

Unser Beitrag befasst sich mit der Frage, unter welchen Bedingungen die Implementierung bzw. Förderung von geographischen Herkunftsangaben aus volkswirtschaftlicher Sicht sinn-

[1] Christian Lippert, Lehrstuhl für Wirtschaftslehre des Landbaues, Wissenschaftszentrum Weihenstephan für Ernährung, Landnutzung und Umwelt der Technischen Universität München, Alte Akademie 14, D-85350 Freising-Weihenstephan, e-mail: lippert@weihenstephan.de.

[2] Frank Thiedig, Fachgebiet für Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Wissenschaftszentrum Weihenstephan für Ernährung, Landnutzung und Umwelt der Technischen Universität München, Alte Akademie 14, D-85350 Freising-Weihenstephan, e-mail: thiedig@weihenstephan.de.

voll ist. Die Förderung kann dabei in der Verbesserung des rechtlichen Schutzes, aber auch in der Gewährung von staatlichen Hilfen bestehen. Nach einer theoretischen Analyse der Problematik in Kapitel 2, bei der wir einen institutionenökonomischen Ansatz und das bereits von ALFRED MARSHALL eingeführte wohlfahrtstheoretische Konzept des Gesamtnutzens („total benefit"), der Erzeugern und Verbrauchern aus einem Gut erwächst, verwenden, werden in Kapitel 3 die gegenwärtigen Realisierungsmöglichkeiten der Förderung von Herkunftsangaben im Rahmen der WTO betrachtet.

2 Theoretische Überlegungen

Im Folgenden wird von uns für die Produkteigenschaft „Herkunft" der allgemeine Begriff „Herkunftsattribut" verwendet, ohne weiter zwischen qualifizierten, einfachen und kombinierten Herkunftsangaben zu differenzieren. Dies geschieht aus Gründen der Vereinfachung aber auch deshalb, weil wir davon ausgehen, dass die Konsumenten in aller Regel nicht zwischen den genannten Begriffen unterscheiden können (vgl. KLIEBISCH 2000) und weil die Motive für die Nachfrage nach einem Produkt bestimmter regionaler Herkunft - wie z. B. die Erwartung höherer Qualität oder der Wunsch nach Abgeltung lokaler Externalitäten der Agrarproduktion - sich nicht klar trennen lassen.

2.1 Institutionenökonomische Einordnung von Herkunftsbezeichnungen

Beim Güterhandel, d. h. bei der Übertragung von Verfügungsrechten an Gütern, fallen verschiedene Arten von Transaktionskosten an, deren Umfang in starkem Maße durch die bestehenden Institutionen bestimmt wird. Diese "Kosten der Marktbenutzung" i. w. S. beinhalten Such- und Informationskosten, Verhandlungskosten sowie Kosten der Durchsetzung von Leistungspflichten (vgl. WILLIAMSON 1985, S. 18 ff.). In Hinblick auf den Handel mit Produkten bestimmter regionaler Herkunft erscheint es uns sinnvoll von einem Transaktionskostenansatz auszugehen, der ein Gut nicht nur als bloße physische Einheit begreift, sondern viel mehr die einzelnen Produktattribute, wie z. B. bestimmte Qualitätseigenschaften oder aber das Herkunftsattribut, in den Vordergrund der Betrachtung rückt (vgl. BARZEL 1989, NORTH 1990, LIPPERT 1999). Der Nutzen, den ein Individuum aus einem Gut zieht, ergibt sich dann aus der jeweiligen Ausprägung der einzelnen Attribute, mit denen dieses behaftet ist. Die bei der Messung der Attribute sowie bei der Sicherung der entsprechenden Verfügungsrechte anfallenden Transaktionskosten („Mess- und Durchsetzungskosten") sind nach NORTH (1990, S. 27) die Ursache für ökonomische, soziale und politische Institutionen. „Freie" Attribute ohne genau festgelegte Nutzungsrechte gehen in dem Maße in privates Eigentum über, in dem entweder ihre Wertschätzung ansteigt und es sich deshalb lohnt, mehr Ressourcen auf die Sicherung entsprechender Rechte zu verwenden oder aber die Kosten der „Messung" und der Durchsetzung der Verfügungsrechte sinken (vgl. BARZEL 1989, S. 63 ff., S. 114). Es wird also seitens der „Hersteller" nur dann versucht, die Rechte an bestimmten Attributen zu sichern, wenn deren (Netto-)Wert die einhergehenden Transaktionskosten auch mindestens aufwiegt. Diese Kosten hängen dabei entscheidend von den bestehenden institutionellen Arrangements ab.

Die Wertschätzung des Herkunftsattributes ist infolge der zunehmenden Globalisierung und wegen der Lebensmittelskandale in den letzten Jahren ständig gewachsen (VON ALVENSLEBEN und SCHRADER 1998, BALLING 2000, HAUSLADEN 2000).[3] Um das Attribut „geographische Herkunft" für die regionalen Erzeuger zu sichern, wie es analog für registrierte Marken gilt, können geographische Herkunftsangaben inzwischen ebenfalls gesetzlich geschützt werden

[3] Der Regionalität von Lebensmitteln und Agrarprodukten kommt auch im Handel eine wachsende Bedeutung zu. So hat eine große deutsche Discountkette z. B. alle Marken ausgelistet, führt aber mehrere geographische Herkunftsangaben (Münchner Weißwürste, Nürnberger Bratwürste, Parmigiano-Reggiano, Schwarzwälder Schinken, etc.).

(s. o.). Dafür fallen seitens der Erzeuger zunächst Transaktionskostenarten an, die auch beim Schutz betrieblicher Herkunftsangaben entstehen: Kosten für (a) Beratung und Eintragung beim Deutschen Patent- und Markenamt, (b) Kontrollen innerhalb der beteiligten Betriebe, (c) Verhinderung von Missbrauch außerhalb der Betriebe. Entsprechend der kollektiven Natur der geographischen Herkunftsangabe ergeben sich darüber hinaus weitere Transaktionskosten, die von der Anzahl und der Kooperationsbereitschaft der Ortsansässigen abhängig sind, insbesondere (d) Kosten für die pluralistische Willensbildung, die geographische Herkunftsangabe überhaupt schützen zu lassen sowie (e) Kosten für die darüber hinausgehende Absprache mit allen ortsansässigen Produzenten.

Durch eine Gruppenbildung werden einerseits die Transaktionskosten (a) bis (c) je vermarkteter Einheit verringert, da hierbei erhebliche Skalen- und Spezialisierungseffekte auftreten. Andererseits wird der zweite Transaktionskostenblock ((d) und (e)) mit zunehmendem Gruppenumfang größer (vgl. auch THIEDIG und SYLVANDER 2000). Weiterhin ist davon auszugehen, dass sich die einzelnen Erzeuger als potenzielle Nutznießer einer Kollektivmarke in einem sozialen Dilemma befinden, wenn es darum geht, einen Teil der anfallenden Transaktionskosten zu übernehmen. Mit Blick auf die mögliche Reduzierung der hier betrachteten Transaktionskosten und weil geographische Herkunftsangaben aufgrund ihrer Standortgebundenheit sowie der Ausstrahlungseffekte auf andere Produkte ein zusätzliches öffentliches Interesse erlangen können, stellt sich die Frage, ob eine staatliche Förderung solcher kollektiver Bezeichnungsmonopole gerechtfertigt ist.

2.2 Wohlfahrtstheoretische Analyse

2.2.1 Modellüberlegungen

Die möglichen Wirkungen staatlicher Aktivität im Bereich geographischer Herkunftsangaben können anhand eines einfachen partialanalytischen Modells veranschaulicht werden, wobei zunächst eine statische Betrachtungsweise gewählt wird, bei der die Nachfrage fest vorgegeben ist. Die *Größe x* steht für die *in einer Region erzeugte Menge eines mit einem bestimmten Herkunftsattribut behafteten Agrarproduktes*, *p* sei der *(Auf-)Preis für dieses Attribut*. Weiterhin sollen die folgenden, vereinfachend als linear unterstellten Zusammenhänge gelten:

Angebotsfunktion (A):	$p = dK/dx = C + g\,x;$
Nachfragefunktion (N):	$p = B - b\,x;$
Gesamtkosten (K):	$K_{(x)} = C_T + \int(C + g\,x)\,dx = C_T + C\,x + 0{,}5\,g\,x^2$, mit C_T = fixe Transaktionskosten;
Stückkosten (Q):	$Q_{(x)} = K_{(x)}/x = C_T/x + C + 0{,}5\,g\,x;$

mit $B > C$; die Parameter B, C, b und g sind jeweils größer oder gleich Null.

Die Angebotsfunktion ergibt sich als aggregierte Grenzkostenkurve (dK/dx) der regionalen Erzeuger aus den Produktionskosten und/oder den Opportunitätskosten (z. B. dem Produktpreis bei konventioneller Vermarktung) des betrachteten Attributes. Die fixen Transaktionskosten (C_T) entsprechen den Transaktionskostenarten (a) bis (e) (vgl. Abschnitt 2.1). Die variablen Transaktionskosten und die übrigen Festkosten werden gegenüber einer Vermarktung ohne Inwertsetzung des Herkunftsattributes als identisch angenommen. Angebots-, Nachfrage- und Stückkostenkurve sind in Abbildung 1 dargestellt.

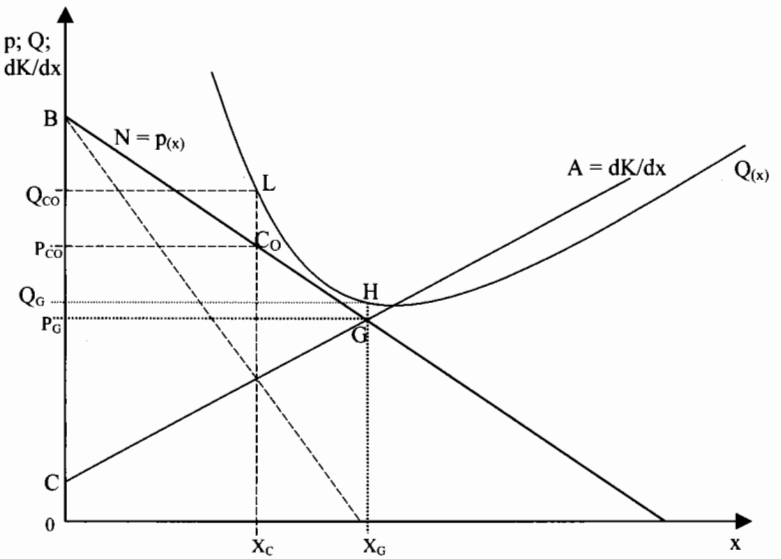
Werden aus volkswirtschaftlicher Sicht nicht nur die möglichen Gewinne der Produzenten, sondern auch die Konsumentenwohlfahrt betrachtet, so stellt sich die Frage nach der Maximierung der gesamten Wohlfahrt ($W_{(x)}$, hier: Fläche unter der Nachfragekurve bis zu der, den jeweiligen Produktionsumfang wiedergebenden Stelle x abzüglich der zugehörigen Gesamtkosten $K_{(x)}$). Wie sich leicht zeigen lässt, wird die Wohlfahrt immer im hypothetischen

Marktgleichgewicht bei vollständiger Konkurrenz maximal (vgl. Punkt G in Abbildung 1), dort, wo gilt: $p = dK/dx$ bzw. im Modell $x_G = (B\text{-}C)/(b+g)$ und

(1) $W(x_G) = \frac{1}{2}\frac{(B-C)^2}{b+g} - C_T$; der entsprechende Gewinn der Erzeuger wird dann zu

(2) $G(x_G) = \frac{1}{2}g\frac{(B-C)^2}{(b+g)^2} - C_T$.

Abbildung 1: Angebot (A), Nachfrage (N) und Stückkosten (Q) für ein bestimmtes Herkunftsattribut



Quelle: Eigene Darstellung

In Abbildung 1 ist nun der in einem anderen Zusammenhang bereits von ALFRED MARSHALL (1920, S. 403 f.) beschriebene Fall dargestellt, bei dem die Gesamtwohlfahrt im „volkswirtschaftlichen" Optimum zwar eindeutig positiv ist ($W(x_G) = 0x_GGB - 0x_GHQ_G > 0$), gleichzeitig jedoch der private Gewinn für die optimale Produktionsmenge x_G negativ wird (Verlust in Höhe von p_GGHQ_G). Aus den Gleichungen (1) und (2) folgt unmittelbar, dass sich eine derartige Situation genau dann ergibt, wenn gilt[4]:

(3) $G(x_G) < 0 < W(x_G) \Leftrightarrow \frac{g}{b+g}\frac{1}{2}\frac{(B-C)^2}{b+g} < C_T < \frac{1}{2}\frac{(B-C)^2}{b+g}$ bzw. wenn

[4] Eine ähnliche Konstellation ist für den Cournot'schen Punkt C_O möglich; d. h. auch ein Monopolist würde nicht mit der Produktion beginnen, obwohl dies aus volkswirtschaftlicher Sicht wünschenswert wäre (sofern die Konsumentenrente $P_{CO}C_OB$ größer ist als der Verlust $P_{CO}C_OLQ_{CO}$ des Monopolisten, vgl. Abbildung 1).

$$(3a)\quad \frac{g}{b+g}\,\frac{(B-C)}{2} < \frac{C_T}{x_G} < \frac{(B-C)}{2}.$$

Die rechte Seite der Ungleichung (3a) ($W(x_G) > 0$) besagt, dass im Fall einer positiven Gesamtwohlfahrt die Summe aus Produzenten- und Konsumentenrente größer ist als die Transaktionskosten der Bereitstellung des Herkunftsattributes (d. h., die Fläche CGB in Abbildung 1 muss größer als C_T sein). Aus Ungleichung (3a) geht des Weiteren hervor, dass der Fall negativer Erzeugergewinne bei gleichzeitiger positiver Gesamtwohlfahrt vor allem bei relativ wenigen Nachfragern des betrachteten Attributes auftreten kann (die Steigung der Nachfragekurve b ist relativ groß). Anders ausgedrückt: wenn bei insgesamt nicht zu großer Nachfrage relativ wenige Verbraucher einen hohen Nutzen aus dem Attribut ziehen, besteht am ehesten die Gefahr einer aus Sicht der Konsumenten suboptimalen Versorgung, bei der das Marktgleichgewicht (p_G; x_G) nicht zustande kommt. Letzteres trifft aber immer auch dann zu, wenn der Parameter g gleich Null ist, d. h., wenn über einen weiten Bereich hinweg konstante Grenzkosten vorliegen, so dass im Marktgleichgewicht (p_G; x_G) der Preis p_G zwangsläufig unter den Stückkosten $Q_{(xG)}$ liegt (vgl. Abbildung 1) bzw. dort keinerlei Produzentenrente erwirtschaftet werden kann, aus der die Erzeuger die Transaktionskosten (C_T) bestreiten könnten. Vorausgesetzt die rechte Seite von Ungleichung (3) ist erfüllt, müssten in diesem Fall die Konsumenten die fixen Transaktionskosten tragen, was wiederum zu einem sozialen Dilemma führt.

2.2.2 Konsequenzen für die Bereitstellung eines Herkunftsattributes

Der sich am Markt herausbildende Preis (p_G) wird einerseits durch die Grenzkosten bei Bereitstellung des Herkunftsattributes und andererseits durch den Grenznutzen des Käufers mit der geringsten Wertschätzung determiniert. Ein Problem besteht nun darin, dass Nachfragern mit einer größeren Wertschätzung für das Herkunftsattribut kein höherer Preis abverlangt werden kann. Die *Verfügbarkeit* des Attributes erhält damit für die potenziellen Konsumenten den Charakter eines öffentlichen Gutes: Wenn es ein Produkt mit einer bestimmten gekennzeichneten und kontrollierten Herkunft gibt, kann jeder dieses zu einem Preis, der sich an den Grenzkosten der zuletzt vermarkteten Einheit orientiert[5], kaufen, unabhängig davon, ob er einen Beitrag zu den (fixen) Transaktionskosten der Herkunftsgarantie leistet oder nicht. Eine Umlegung der Transaktionskosten auf den Preis würde bei dem in Abbildung 1 dargestellten Fall dazu führen, dass die Kennzeichnung der regionalen Produktion eingestellt bzw. erst gar nicht aufgenommen wird, denn an keinem Punkt der Nachfragekurve könnte der erzielbare Preis $p_{(x)}$ die Stückkosten $Q_{(x)}$ abdecken.[6] Vor allem aus der Sicht der Verbraucher wäre in diesem Fall die staatliche Förderung regionaler Herkunftsbezeichnungen wünschenswert. Die Erzeuger hätten darüber hinaus den Vorteil, dass dadurch Einkommensmöglichkeiten geschaffen würden, die sich aufgrund der hohen Transaktionskosten ansonsten nicht ergeben hätten.

Betrachtet man die Verfügbarkeit des Herkunftsattributes als öffentliches Gut, dann kann die volkswirtschaftlich optimale Bereitstellung dieses Attributes - wie bei anderen Kollektivgütern auch - durch staatliche Aktivitäten erleichtert bzw. angesichts unzureichender Unterneh-

---

[5] Dies gilt, sofern sich der „Club" der regionalen Erzeuger nicht als Monopolist verhält (s. u.).

[6] Insbesondere bei konstanten Grenzkosten aller beteiligten Betriebe (g = 0, s. o.) würde keiner der Erzeuger einen Beitrag an eine Vermarktungsinitiative zahlen, da sich unter diesen Umständen ein Gleichgewicht herausbildet, bei dem niemand eine Produzentenrente erwirtschaften kann, zumindest dann nicht, wenn es in der betrachteten Region viele Anbieter gibt und Mengenabsprachen - z. B. aus juristischen Gründen - nicht möglich sind. Eine administrierte Mengenbegrenzung führt zu Wohlfahrtsverlusten und ist angesichts der im deutschen Markengesetz vorgeschriebenen Öffnung geographischer Kollektivmarken für alle Ortsansässigen auch nur schwer realisierbar.

mergewinne u. U. überhaupt erst ermöglicht werden. Dabei gibt es im Wesentlichen zwei Möglichkeiten: (i) die Senkung zumindest eines Teils der in Kapitel 2.1 angeführten Transaktionskosten (insbesondere die Kosten der Verhinderung von Missbrauch) durch eine Verbesserung der institutionellen Rahmenbedingungen sowie (ii) die direkte Übernahme bestimmter Transaktionskosten durch den Staat.

Letzteres erscheint bei gegebenen Transaktionskosten C_T vor allem für den oben durch Ungleichung (3a) beschriebenen Fall gerechtfertigt und dürfte am ehesten in relativ kleinen, noch wenig bekannten und am Anfang ihrer Entwicklung stehenden regionalen Vermarktungsinitiativen sinnvoll sein. Bei steigender (z. B. an den Umsätzen gemessener) Nachfrage ist die direkte staatliche Förderung irgendwann nicht mehr notwendig und unter Wettbewerbsaspekten auch nicht gerechtfertigt.

Fazit: Die Behauptung, eine Förderung regionaler Herkunftsbezeichnungen sei nicht notwendig, weil die Landwirte ohnehin ein Interesse daran hätten, solche Bezeichnungen zu initiieren, ist bei näherem Hinsehen nicht uneingeschränkt haltbar. Der Staat kann zum einen durch institutionelle Regelungen zum Schutz derartiger Bezeichnungen einen Beitrag zur Senkung der Transaktionskosten leisten, so dass die Kennzeichnung von regionalen Produkten überhaupt erst volkswirtschaftlich rentabel wird (Gleichung (1) ist positiv) bzw. so dass sich Investitionen in den Aufbau kollektiver Marken wegen der möglichen privaten Gewinne bereits ohne staatliche Hilfe für die beteiligten Betriebe lohnen (Gleichung (2) ist positiv). Zum anderen kann er - für den Fall, dass Ungleichung (3) zutrifft -, die über den Markt nicht zustande kommende (jedoch wohlfahrtssteigernde) Einführung regionaler Herkunftsbezeichnungen durch die Begleichung eines Teils der anfallenden Transaktionskosten aus Steuermitteln ermöglichen, z. B. durch Gewährung von Beihilfen, Hilfe bei der Zusammenführung interessierter Landwirte oder durch die Übernahme von Aufgaben bei der Missbrauchskontrolle (wie dies in Deutschland im Rahmen der staatlichen Lebensmittelüberwachung geschieht). Die Transaktionskosten können dabei zusätzlich gesenkt werden, indem bestimmte koordinierende Aufgaben, wie z. B. Verhandlungen mit dem Deutschen Patent- und Markenamt oder die Abstimmung mit nationalen Verbänden über einzelne „Kollektivmarken" hinweg erledigt werden.

Ein grundsätzliches Problem des hier verwendeten wohlfahrtstheoretischen Ansatzes liegt nun darin, dass die Nachfragefunktion in der Praxis nicht bekannt ist und somit die gegenwärtige und die potenzielle, zukünftige Wertschätzung des Herkunftsattributes nur abgeschätzt werden können (z. B. anhand der Nachfrage nach anderen regionalen Produkten). Dennoch kann der Staat durch die *zeitweise* Übernahme von Transaktionskosten einen „Katalysator-Effekt" begründen, sofern den einzelnen Erzeugern die Kosten der Implementierung einer Kollektivmarke zu hoch erscheinen. Zu Anfang ihrer Etablierung dürfte bei vielen Kollektivmarken die in Ungleichung (3a) dargestellte Situation gegeben sein. Durch eine Begrenzung der Förderung auf bestimmte Höchstbeträge je Produkteinheit könnte vermieden werden, dass der staatliche Zuschuss über den Umfang der Konsumentenrente hinausgeht. Andererseits sollten auf diese Weise keine Dauersubventionen legitimiert werden. Die Einstellung der direkten Förderung nach einer gewissen Zeit verhindert eine anhaltende Unterstützung defizitärer Aktivitäten, allerdings evtl. auch dann, wenn diese eigentlich wohlfahrtssteigernd wirkt.

Abschließend sei noch auf einen weiteren Aspekt verwiesen: Bei zahlreichen regionalen Produkten dürfte die Angebotskurve bereits bei einem relativ geringen Produktionsumfang senkrecht nach oben „abknicken", da das regionale Angebot begrenzt ist. Dieser Umstand, kann - wie z. B. im Fall von Champagner oder von Bresse-Hühnern - den Erzeugern aufgrund „natürlicher" oder organisierter Mengenbegrenzungen mitunter erhebliche Monopolgewinne bescheren (vgl. THIEDIG und SYLVANDER 2000, S. 432), wenn, anders als in Abbildung 1 dargestellt, die Nachfragekurve deutlich oberhalb der Durchschnittskostenkurve $Q_{(x)}$ verläuft. In derartigen Fällen ist eine direkte staatliche Beteiligung an den Transaktionskosten der Sicherung des Herkunftsattributes kaum gerechtfertigt. Ist dabei das regionale Angebot nicht „na-

türlicherweise" begrenzt, kann der Staat die Konsumentenwohlfahrt verbessern, indem er die Öffnung einer Kollektivmarke für *alle* regionalen Erzeuger erzwingt. Auf diese Weise kann er die "monopolistische Ausbeutung" der Nachfrager durch einen „Club" *bestimmter* regionaler Erzeuger verhindern (vgl. hierzu CORNES und SANDLER 1986, S. 198 ff.), da letztere versucht sein könnten, nur eine begrenzte Menge x_C statt x_G (vgl. Abbildung 1) zu vermarkten.[7]

3 WTO-rechtliche Überlegungen

Als Konsequenz aus den im vorherigen Abschnitt angestellten ökonomischen Überlegungen lässt sich im Hinblick auf die staatliche Förderung von Herkunftsattributen festhalten: Abgesehen von einer Verbesserung des internationalen Schutzes regionaler Herkunftsbezeichnungen sollte eine *vorübergehende* Unterstützung regionaler Erzeugerzusammenschlüsse durch die Übernahme eines Teils der Organisationskosten - ähnlich wie dies z. B. bei der Förderung von Erzeugergemeinschaften nach dem Marktstrukturgesetz der Fall ist - auch im Rahmen der künftigen WTO-Regelungen möglich sein. Nachfolgend soll nun der Frage nachgegangen werden, inwieweit (1) die oben angesprochenen Transaktionskosten durch eine Verbesserung internationaler Institutionen gesenkt werden können und inwieweit (2) eine staatliche Beteiligung an den Transaktionskosten, die bei der Bereitstellung und Garantie des Attributes „geographische Herkunft" anfallen, mit dem *gegenwärtigen* WTO-Regelwerk konform ist.

3.1 Zur Verbesserung der Garantie von Rechten an Herkunftsattributen

Den geographischen Herkunftsangaben wurde 1994 im Rahmen des Abkommens über Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) ein eigener Abschnitt gewidmet.[8] Insbesondere die EG zeigte sich im Gegensatz zur USA bei den vorausgehenden Verhandlungen am Schutz geographischer Herkunftsangaben sehr interessiert (FAUPEL 1990, KNAAK 1995) und erachtet diese nach wie vor als eine wichtige Möglichkeit zur Verbesserung der Lebensmittelqualität. Auch bei den laufenden WTO-Verhandlungen setzt sich die Europäische Union daher in ihrem Verhandlungsvorschlag für den besonderen Schutz von regionalen Herkunftsbezeichnungen ein (AGE 2000, Sonderbeilage, S. 2, WTO 2000). Trotz des grundsätzlichen Schutzes geographischer Angaben nach dem TRIPS-Abkommen verbleibt ein relativ weiter Interpretationsspielraum; von einem umfassenden internationalen Schutzsystem kann noch nicht gesprochen werden (KNAAK 1995, S. 652). Das Abkommen beinhaltet in Artikel 22 neben einer Definition geographischer Herkunftsbezeichnungen als „Angaben, die eine Ware als aus dem Hoheitsgebiet eines Mitglieds [...] stammend kennzeichnen, wenn eine bestimmte Qualität, der Ruf oder eine andere Eigenschaft der Ware im Wesentlichen ihrer geographischen Herkunft zuzuschreiben ist", lediglich einen Passus, in dem festgehalten wird, dass für „interessierte Parteien" rechtliche Möglichkeiten bestehen müssen, den irreführenden oder unlauteren Gebrauch von Herkunftsbezeichnungen zu verhindern. Daneben wird von den GATT-Mitgliedern verlangt, die Registrierung einer Handelsmarke rückgängig zu machen, sofern diese „eine geographische Angabe enthält oder in einer solchen besteht, die sich auf Waren bezieht, die nicht aus dem angegebenen Gebiet stammen" (Artikel 22.3). Geographische Herkunftsbezeichnungen können nicht geschützt werden, wenn sie in ihrem Herkunftsland nicht geschützt sind oder wenn es sich um Gattungsbegriffe handelt (Artikel 24).

---

[7] Der deutsche Gesetzgeber erzwingt im §102 Abs. 3 Markengesetz die Öffnung einer geographischen Kollektivmarke für alle Ortsansässigen, die den Bedingungen der gemeinsamen Markensatzung Genüge leisten. Damit wird - eine hinreichend große Anzahl von Produzenten vorausgesetzt – gewährleistet, dass das Optimum (p_G; x_G) realisiert werden kann.

[8] Abschnitt II 3. des Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, unterschrieben am 15. April 1994 in der Schlußakte in Marrakesch (vgl. www.wto.org). Internationale Regelungen zu geographischen Herkunftsangaben werden auch in der World Intellectual Property Organization (WIPO) im Rahmen der Pariser Verbandsübereinkunft bzw. des Lissabonner Abkommens behandelt (vgl. www.wipo.org).

Auf der Grundlage einer Bestandsaufnahme zu den geltenden nationalen Schutzsystemen soll das "TRIPS-Council" (das für die Kontrolle der Umsetzung des TRIPS-Vertrages zuständige WTO-Organ) eine gemeinsame Linie zum Schutz geographischer Herkunftsangaben erarbeiten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das TRIPS-Abkommen bisher nur einen sehr geringen Minimalschutz gewährleisten soll und es nach Artikel 1 an den WTO-Mitgliedsländern liegt, die geeigneten Umsetzungsinstrumente für die TRIPS-Bestimmungen auszuwählen.

Selbst innerhalb der Europäischen Union besteht zur Zeit noch kein umfassendes, einheitliches Schutzsystem, da die bereits erwähnte EU-Verordnung 2081/92 lediglich für „qualifizierte Herkunftsangaben" gilt, bei denen ein „objektiver" Zusammenhang zwischen regionaler Herkunft und Produkteigenschaften besteht (vgl. Abschnitt 1). Einfache Herkunftsangaben sind demgegenüber nur nach nationalem Recht eintragungs- und schutzfähig. Die transaktionskostensenkende weitere Harmonisierung von Gemeinschafts- und nationalem Recht sollte hier vorangetrieben werden (vgl. OBERGFELL 2001). Inzwischen will die Europäische Kommission das Register der EU-Verordnung 2081/92 für die Eintragung von Herkunftsangaben aus Nicht-EU-Staaten öffnen. Damit wird einem wichtigen Anliegen der USA entsprochen, die in dieser Verordnung andernfalls einen Verstoß gegen das TRIPS-Abkommen sehen.

Fazit: Bei der gegenwärtigen internationalen Rechtslage muss - mit Ausnahme der „qualifizierten" Herkunftsbezeichnungen innerhalb der EU - jeweils in den einzelnen WTO-Mitgliedsländern Schutz für eine regionale Herkunftsbezeichnung beantragt werden. Es wäre sinnvoll das europäische Schutzsystem um die einfachen und kombinierten Herkunftsangaben zu erweitern und die internationale Registrierung im Rahmen des TRIPS oder der WIPO zu verbessern.

3.2 Zur Übernahme von Transaktionskosten durch den Staat

Ähnlich wie bei bestimmten Umweltgütern sollte es den Nationalstaaten grundsätzlich möglich sein, die Bereitstellung von öffentlichen Gütern im Bereich der Kennzeichnung regionaler Produktion organisieren zu dürfen bzw. einen Teil der dabei anfallenden Organisationskosten zu übernehmen (vgl. Kapitel 2.2.2). Dies ist unter den zur Zeit geltenden WTO-Bestimmungen möglich, da entsprechende - nicht in Form von Preisstützungen oder unspezifisch gewährte - staatliche Förderungen von Dienstleistungen im Zusammenhang mit Produktmarketing und -klassifizierung nach Anhang 2 des *Agreement on Agriculture* (1994) als nicht oder nur wenig handelsverzerrend eingestuft werden und damit „green-box-fähig" sind.[9]

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung der regionalen Vermarktung und aufgrund der in Kapitel 2.2 dargestellten Zusammenhänge wäre es mit Blick auf die laufenden WTO-Verhandlungen aus der Sicht von Erzeugern und Verbrauchern wünschenswert, die „green-box-Fähigkeit" der direkten Förderung regionaler Vermarktung wie bisher beizubehalten. Angesichts des zunehmenden Drucks seitens einiger WTO-Länder, die green-box-Kriterien zu überarbeiten, ist dies nicht selbstverständlich. Die entscheidende, nicht einfach zu beantwortende Frage ist, ab welchem Ausmaß eine derartige Förderung als wettbewerbsverzerrende „Erhaltungssubvention" zu betrachten ist. Staatliche Unterstützung bei der Bildung von regionalen Vermarktungsinitiativen, der Anmeldung und Kontrolle von Herkunftsbezeichnungen, aber auch die vorübergehende Hilfe beim Aufbau des akquisitorischen Potenzials durch die Übernahme eines Teils der Organisationskosten, sollten grundsätzlich möglich sein, zumal die ausschließliche Finanzierung regionaler Vermarktungsinitiativen aus Beiträgen der

---

[9] Die Übernahme der Missbrauchskontrolle durch die staatliche Lebensmittelüberwachung stellt in diesem Zusammenhang eine besonders vorteilhafte Form der Übernahme von Transaktionskosten durch den Staat dar, da es hierbei nicht zur Zweckentfremdung von Steuergeldern (für Direktzahlungen an die Erzeuger etc.) kommen kann.

Erzeuger und/oder der Verbraucher in beiden Fällen - wie oben dargelegt - an einem sozialen Dilemma zu scheitern droht.

4 Zusammenfassung

Vor dem Hintergrund wachsender Bedeutung der geographischen Herkunft - als einem zunehmend geschätzten Attribut von Lebensmitteln - wird anhand eines partialanalytischen Modells und unter Verwendung eines institutionenökonomischen Ansatzes untersucht, unter welchen Bedingungen die Implementierung von geographischen Herkunftsangaben aus volkswirtschaftlicher Sicht vorteilhaft ist. Dabei wird gezeigt, dass die Organisation regionaler Vermarktung trotz realisierbarer Wohlfahrtsgewinne an den relativ hohen Transaktionskosten scheitern kann, nicht zuletzt deshalb, weil sich sowohl seitens der Erzeuger als auch seitens der Verbraucher soziale Dilemmata ergeben, wobei für letztgenannte die *Verfügbarkeit* des Herkunftsattributes den Charakter eines öffentlichen Gutes hat. Um Wohlfahrtsverluste zu vermeiden, sind zwei Strategien zu erwägen: (i) zum einen kann durch eine Verbesserung der Institutionen zum Schutz regionaler Herkunftsbezeichnungen ein Beitrag zur Senkung der Transaktionskosten geleistet werden, so dass die Kennzeichnung regionaler Produkte für die betroffenen Betriebe rentabel wird. (ii) Zum anderen kann der Staat - wie bei anderen öffentlichen Gütern auch - die über den Markt nicht zustande kommende, jedoch wohlfahrtssteigernde Einführung regionaler Herkunftsbezeichnungen durch die direkte Übernahme eines Teils der dabei anfallenden Organisationskosten fördern. Zu (i): Die Kosten der Durchsetzung von Rechten an Herkunftsattributen könnten gesenkt werden, indem das europäische Schutzsystem um einfache und kombinierte Herkunftsangaben erweitert und die internationale Registrierung - z. B. im Rahmen des TRIPS-Abkommens - verbessert wird. Zu (ii): Die staatliche Beteiligung an den Kosten für Produktmarketing und -klassifizierung ist mit den geltenden WTO-Regeln (*Agreement on Agriculture*) prinzipiell vereinbar, was angesichts der in unserem Beitrag aufgezeigten Wohlfahrtseffekte auch nach der zur Zeit laufenden WTO-Runde so bleiben sollte.

Literatur

AGE (2000): Kommissionsvorschläge für die Verhandlungsposition in den WTO-Agrarverhandlungen. In: Agra Europe 44/00, Sonderbeilage, S. 2-5.

AGREEMENT ON AGRICULTURE (1994). In: Multinational Trade Negotiations The Uruguay Round, Abschlußdokumente, Marrakesh, 15. April 1994.

BARZEL, Y. (1989): Economic Analysis of Property Rights. Cambridge University Press.

BALLING, R. (2000): Ergebnisse von Verbraucherbefragungen zur Bedeutung der regionalen Herkunft bei Lebensmitteln. In: WERNER, W. et al. (Hrsg.): Regionale Marketing-Konzeption im Agribusiness, Agrarspectrum (30), S. 19-37.

BECKER, T. (2000): Rechtlicher Schutz und staatliche Absatzförderung für Agrarprodukte und Lebensmittel auf dem Prüfstand. In: Agrarwirtschaft 49 (12), S. 418-428.

CORNES, R. und SANDLER, T. (1986): The theory of externalities, public goods and club goods, Cambridge.

EUGH (2000): Rechtssache C-312/98: Warsteiner Brauerei. Urteil vom 7. November 2000. www.curia.eu.int vom 07.11.2000.

FAUPEL, R. (1990): Von Punta del Este zum Midterm-Review – GATT und geistiges Eigentum: Ein Zwischenbericht zu Beginn der entscheidenden Verhandlungsrunde. In: Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international (4), S. 255-266.

HARTE-BAVENDAMM, H. (1996): Ende der geographischen Herkunftsbezeichnungen? In: Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (10), S. 717-729.

HAUSLADEN, H. (2000): Konturen lokaler Wettbewerbsvorteile im Lebensmittelmarketing. In: Agrarwirtschaft 49 (12), S. 444-452.

KLIEBISCH, C. (2000): Motive zum Kaufverhalten von Lebensmitteln - Eine empirische Studie auf der Basis der Means-End-Chain-Theorie. In: Agrarwirtschaft 49 (12), S. 403-411.

KNAAK, R. (1995): Der Schutz geographischer Angaben nach dem TRIPS-Abkommen. In: Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht international (8/9), S. 642-652.

LIPPERT, C. (1999): Institutionenökonomische Überlegungen zur optimalen Bereitstellung und Entlohnung von Umweltattributen in Agrarlandschaften. In: Agrarwirtschaft 48 (11), S. 417-430.

MARSHALL, A. (1920): Principles of Economics, 8. Auflage, (Neudruck 1979), London/Basingstoke.

NORTH, D. (1990): Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge.

OBERGFELL, E. (2001): „Qualitätsneutrale" geographische Herkunftsangaben als Schutzdomäne des nationalen Rechts. In: Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (4), S. 313-317.

THIEDIG, F. und SYLVANDER, B. (2000): Welcome to the Club? An Economical Approach to Geographical Indications in the European Union. In: Agrarwirtschaft 49 (12), S. 428-437.

VON ALVENSLEBEN, R. und SCHRADER, S. (1998): Consumer Attitudes towards Regional Food Products. www.uni-kiel.de/agrarmarketing/Lehrstuhl/dijontext.pdf.

WILLIAMSON, O. E. (1985): The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting, New York/London.

WTO (World Trade Organization) (2000): Committee on Agriculture Special Session: European Communities Proposal Food Quality - Improvement of Market Access Opportunities. www.wto.org (G/AG/NG/W/18, 28. Juni 2000).