

Publikationen

- ANDERS. S., J. HARSCHKE, R. HERRMANN, K. SALHOFER and R. TEUBER (2007), The Interregional and Intertemporal Allocation of EU Producer Support. *Jahrbuch für Regionalwissenschaft*, Vol. 27, No. 2: 171-193.
- ANDERS. S., J. HARSCHKE, R. HERRMANN, K. SALHOFER and R. TEUBER (2006), The Regional Allocation of EU Producer Support: How Natural Conditions and Farm Structure Matter. *Discussion Papers in Agricultural Economics*, No. 80, University of Giessen.
- HANSEN, H. and R. TEUBER (2008), Methodische Ansätze zur Konvergenzmessung – Was lehrt uns die bisherige Forschung? *WiSt*, No. 5: 263-269.
- HENSELEIT, M., S. KUBITZKI and R. TEUBER (2009), Determinants of consumer preferences for regional food products. In: Canavari et al. (eds.), *International marketing and trade of quality food products*. Wageningen Academic Publishers: 263-278.
- HENSELEIT, M., S. KUBITZKI, D. SCHÜTZ and R. TEUBER (2007), Verbraucherpräferenzen für regionale Lebensmittel – Eine repräsentative Untersuchung der Einflussfaktoren. *Berichte über Landwirtschaft*, Vol. 85, No.2: 214-237.
- HERRMANN, R., T. MARAUHN and R. TEUBER, Der Schutz geographischer Herkunftsangaben: Herausforderungen für agrarökonomische, rechtswissenschaftliche und interdisziplinäre Forschung. *Agrarwirtschaft*, Vol. 57, No. 7: 321-324.
- TEUBER, R. (2010), Geographical Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation – The Case of Coffee. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, in press.
- TEUBER, R. (2009), Café de Marcala- Honduras' GI Approach to Achieve Reputation in the Coffee Market. *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 10, No.1: 131-148.
- TEUBER, R. (2008), Geographical Indications and the Value of Reputation –Empirical Evidence for Café de Marcala. Contributed paper for the 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists, Ghent, Belgium, 26.-29.08.2008. (über AgEcon abrufbar)
- TEUBER, R. (2007), Café de Colombia, Café Veracruz y Café de la Montana Azul de Jamaica,. *Ensayos sobre Economia Cafetera*, Año 20, No. 23: 107-126.

Nicht veröffentlichte Arbeiten

- TEUBER, R. (2009), Estimating the Demand for Characteristics via Hedonic Models – Theoretical Considerations and an Empirical Application on Specialty Coffee. Contributed paper for the 3rd EAAE Phd Workshop, Giessen, Germany, 10-11.09.2009.
- TEUBER, R. (2009), Producers' and Consumers' Expectations towards Geographical Indications – Empirical Evidence for Hessian Apple Wine. Contributed Paper for the 113th EAAE Seminar, Chania, Crete, Greece, 3.-6.09.2009
- TEUBER, R. (2008), Geschützte Herkunftsangaben und Hessischer Apfelwein – Bekanntheit, Erwartungen und Assoziationen. Interner Abschlussbericht, November 2008, Institut für Agrarpolitik und Marktforschung, Justus – Liebig Universität Giessen.

Vorträge

“Estimating the Demand for Characteristics via Hedonic Models – Theoretical Considerations and an Empirical Application on Specialty Coffee” – Vortrag im Rahmen des dritten EAAE PhD Workshops in Giessen am 10.09.2009

“Producers’ and Consumers’ Expectations towards Geographical Indications – Empirical Evidence for Hessian Apple Wine” – Vortrag im Rahmen des 113ten EAAE Seminars in Chania, Kreta am 5.09.2009

„Warum werden regionale Produkte und von wem?“ Vortrag im Rahmen der Tagung „Erzeugung & Vermarktung von landwirtschaftlichen Qualitätsprodukten“ vom 14. bis 15. Juli 2009 in der Kalkscheune, Berlin. Veranstalter: Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume

“Geographical Indications and the Value of Reputation –Empirical Evidence for Café de Marcala.” Vortrag im Rahmen des 12ten Kongresses der European Association of Agricultural Economists in Gent am 28.08.2008.

“Geographical Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation – The Case of Coffee.” Vortrag im Rahmen des 105ten EAAE Seminars in Bologna, Italien am 10.03.2007.