

Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel

Verzeichnis der Veröffentlichungen ab 2003

2020

- SCHÄUFELE, I. and HAMM, U.: Wine consumers' reaction to prices, organic production and origins at the point of sale: an analysis of household panel data. In: Renewable Agriculture and Food Systems, vol. 35, no. 3, p. 261-273. Online unter: <https://doi.org/10.1017/S174217051800056X>
- WÄTZOLD, F., FEINDT, P.H., BAHRS, E., HAMM, U., ISSELSTEIN, J., SCHRÖDER, S., WAGNER, S., WEDEKIND, H., WOLTERS, V., DAUBER, J., ENGELS, E.-V., ENGELS, J., THOLEN, E., BACKES, G., BRANDT, H., GRANER, A., HERDEGEN, M. und WOLF, H.: Wie die Politik auf die Bedrohung der Biodiversität in Agrarlandschaften durch den Klimawandel reagieren kann. Bonn 2020, In: Berichte über Landwirtschaft, Sonderheft 232. Online unter: <https://buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/330/529>
- BAHRS, E., DAUBER, J., FEINDT, P.H., HAMM, U. und ISSELSTEIN, J.: 10 Empfehlungen für mehr Biodiversität im Ackerbau – Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen zum Diskussionspapier des BMEL zur „Ackerbaustrategie 2035“. Bonn, 2020. Online unter: <https://genres.de/fachgremien/wissenschaftlicher-beirat-fuer-biodiversitaet-und-genetische-ressourcen/stellungnahmen/>, <https://doi.org/10.12767/buel.vi231>
- MÜLLER, J., BAUHUS, J., DIETER, M., MOHRING, B., NIEKISCH, M., SCHRAML, U., SPELLMANN, H., WEIGER, H., LANG, F., PROBSTL-HAIDER, U., FEINDT, P.H., WOLTERS, V., ENGELS, E.-M., HAMM, U. und WAGNER, S.: Vorschläge für einen effizienten Waldnaturschutz in Deutschland. In: AFZ Der Wald - Allgemeine Forstzeitschrift für Waldwirtschaft und Umweltvorsorge, Jg. 2020, Nr. 17, S. 19-22.
- KETELSEN, M., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Consumers' response to environmentallyfriendly food packaging – a systematic review. In: Journal of Cleaner Production, 254, 120123. Online unter: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620301700>
- STAMPA, E., SCHIPMANN-SCHWARZE, C. and HAMM, U.: Consumer perceptions, preferences, and behavior regarding pasture-raised livestock products: A review. In: Food Quality and Preference, vol. 82, 103872. Online unter: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103872>
- JANSSEN, M., SCHAUFELE, I. and ZANDER, K.: Target groups for organic wine: The importance of segmentation analysis. In: Food Quality and Preference, vol. 79, 103785. Online unter: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103785>
- WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT FÜR WALDPOLITIK und WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT FÜR BIODIVERSITÄT UND GENETISCHE RESSOURCEN: Wege zu einem effizienten Waldnaturschutz in Deutschland. Bonn 2020. Online unter: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Waldpolitik/stellungnahme-effizienterwaldnaturschutz.html?jsessionid=36B8E9E9A90B87A9D3D8048F41664B9E.2_cid358#download=1
- MOSTL, A. KILIAN, D., HAMM, U., WALZ, C., ERHART, A., SCHNIERING, L., EISERT, J. und LANGKUTSCH, A.: Die Bedeutung veganer Bioprodukte für die ökologische Landwirtschaft. Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Frankfurt und Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel, Frankfurt 2020. Online unter: <https://orgprints.org/37310/>
- MOSTL, A., EISERT, J. und KILIAN, D.: Okolandbau vegan: Ein Unterscheidungsmerkmal für Okobetriebe? In: Biotopp, Jg. 2020, Nr. 1, S. 17-20.
- KILIAN, D.: Ohne tierische Komponenten – Kunden honorieren veganen Okolandbau. In: Bioland, Jg. 2020, Nr. 2, S. 42-43.
- German Advisory Council on the Environment and Scientific Advisory Board on Genetic Biodiversity and Genetic Resources (unter Mitarbeit von U. Hamm): For an efficient and

area-effective insect protection. Statement May 2020. Online unter: https://www.genres.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/SITE_GENRES/downloads/docs/Beirat-GR/Gutachten_Stellungnahmen/StellungnahmeSRU_WBBGR_Insektenschutz_englisch.pdf.

2019

- SCHÄUFELE, I, BARRERA, A.E. and HAMM, U.: The role of species for the acceptance of edible insects: evidence from a consumer survey. In: British Food Journal, vol. 121, no. 9, p. 2190-2204. Online unter: <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0017>
- PROFETA, A. and HAMM, U.: Do consumers prefer local animal products produced with local feed? Results from a Discrete-Choice experiment. In: Food Quality and Preference, vol. 71, p. 217-227. Online unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329317301696>
- RISIUS, A., HAMM, U. and JANSSEN, M.: Target groups for fish from aquaculture: Consumer segmentation based on sustainability attributes and country of origin. In: Aquaculture, vol. 499, p. 341-347. Online unter: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0044848617308840>
- STEINHAUSER, J., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Consumers' purchase decisions for products with nutrition and health claims: What role do product category and gaze duration on claims play? In: Appetite, vol. 141, DOI: 10.1016/j.appet.2019.104337
- PROFETA, A. and HAMM, U.: Who cares about local feed in local food products? Results from a consumer survey in Germany. In: British Food Journal, vol. 121, no. 3, p. 711-724. Online unter: <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2018-0446>
- KRIKSER, T., ZASADA, I. and PIORR, A.: Socio-economic viability of urban agriculture – A comparative analysis of success factors in Germany. In: Sustainability, vol. 11, no. 7, 1999; online unter: <https://doi.org/10.3390/su11071999>
- GIDER, D. and HAMM, U.: How do consumers search for and process corporate social responsibility information on food companies' websites? In: International Food and Agribusiness Management Review, vol. 22, no. 2. Online unter: <https://www.wageningenacademic.com/doi/10.22434/IFAMR2018.0062>
- PROFETA, A. and HAMM, U.: Do consumers care about local feedstuffs in local food? Results from a German consumer study. In: NJAS Wageningen Journal of Life Sciences, vol. 88, p. 21-30. Online unter: <https://doi.org/10.1016/j.njas.2018.12.003>
- SCHÄUFELE, I. and HAMM, U.: Wine consumers' reaction to prices, organic production and origins at the point of sale: an analysis of household panel data. In: Renewable Agriculture and Food Systems. Online unter: <https://doi.org/10.1017/S174217051800056X>
- ISSA, I., DELBRÜCK, S. and HAMM, U.: Bioeconomy from expert's perspectives – Results of a global expert survey. In: PLOS ONE, 1.5.2019. Online unter: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215917>
- PROFETA, A. and HAMM, U.: Consumers' expectations and willingness-to-pay for local animal products produced with local feed. In: International Journal of Food Science and Technology, vol. 54, p.651-659. Online unter: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/ijfs.13933>
- RÖDIGER, M. and HAMM, U.: Do consumers care about organic and conventional food prices? An eye tracking study. In: Organic Agriculture, Online unter: https://link.springer.com/article/10.1007/s13165-019-00252-8?wt_mc=Internal.Event.1.SEM.ArticleAuthorOnlineFirst&utm_source=ArticleAuthorOnlineFirst&utm_medium=email&utm_content=AA_en_06082018&ArticleAuthorOnlineFirst_20190414
- PROFETA, A.: The impact of health claims in different product categories. In: International Food and Agribusiness Marketing. Online unter: <https://doi.org/10.1080/08974438.2019.1599753>

- RÖDIGER, M., MORENO-ETEVA, E.G., JANSSEN, M. and HAMM, U.: A sequence analysis of organic and conventional food consumers' visual information acquisition. In: Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society, vol. 2019, Article Nr. 102. Online unter: <http://fofj.org/index.php/FOFJ/article/view/254>
- SCHIPMANN-SCHWARZE, C. und HAMM, U.: Preise zielgruppenspezifisch gestalten. – Wie der Markt für Öko-Geflügel weiter erschlossen werden kann. In: Fleischwirtschaft, Jg. 2019, Nr. 4, S.152-158.
- BIOÖKONOMIERAT: Genome Editing: Europa braucht ein neues Gentechnikrecht (überarbeitetes Grundsatzpapier). In: Agra-Europe, Jg. 2019, Nr. 4, Sonderbeilage S.1-5.
- RÖDIGER, M.: The role of price in consumers' purchase decisions on organic food. Dissertation Universität Kassel. Online unter: <https://kobra.uni-kassel.de/handle/123456789/11033>
- SCHIPMANN-SCHWARZE, C., BOLLER, C. und HAMM, U.: Analyse des Bio-Geflügelmarktes. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2019. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/35056/>
- SCHÄUFELE, I. und HAMM, U.: Bestimmungsgründe für den Kauf von Öko-Lebensmitteln: Liegen produktgruppenspezifische Unterschiede vor? In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 460-463.
- SCHIPMANN-SCHWARZE, C. und HAMM, U.: Der Öko-Geflügelmarkt in Deutschland – zählt für Verbraucher nur der Preis? In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 470-473.
- MENGER, A.K. und HAMM, U.: Gefährdete Nutztierassen – das Kommunikationsdilemma. In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 486-489.
- KILIAN, D. und HAMM, U.: Öko-Lebensmittel aus veganem Anbau: Wahrnehmung und Mehrzahlungsbereitschaft veganer Konsumenten. In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 508-511.
- KETELSEN, M. und JANSSEN, M.: Verbraucherakzeptanz umweltfreundlicher Lebensmittelverpackung am Beispiel von Öko-Salami. In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 512-513.
- PROFETA, A.: Zahlungsbereitschaft von Öko-Konsumenten für regionale Futtermittel in regionalen Lebensmitteln. In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 518-521.
- BUSCH, C.: „Zwischen den Zeilen“ – Was Biobauern und Biobäuerinnen bewegt. In: MÜHLRATH, D., ALBRECHT, J., FINCKH, M., HAMM, U., HEß, J., KNIERIM, U., MÖLLER, D. (Hrsg.): Innovatives Denken für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Beiträge zur 15. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2019, S. 580-582.
- HAMM, U.: Der Öko-Markt wird weiter stark wachsen. Interview in: Agra-Europe, Jg. 2019, Nr. 7, S. 26-29.
- SCHIPMANN-SCHWARZE, C. und HAMM, U.: Ist den Verbrauchern Ökoge Flügel zu teuer? In: DGS – Magazin für die Geflügelwirtschaft, 71. Jg., Nr. 14, S. 36-37.

- HAMM, U.: Höhere Umstellungsbereitschaft auf Ökolandbau durch Kooperation von Bioland und Lidl. In: Ländlicher Raum, 70. Jg., Nr. 1, S. 14-16.
- MENGER, K. und HAMM, U.: Vorteile alter Rassen neu entdecken. In: Schule und Beratung, Jg. 2019, Nr. 7-8, S. 66-67. Online unter: http://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/allgemein/publikationen/sub_heft_7_8_19.pdf
- HAMM, U.: Bewegung im Bio-Markt. In: DLG-Mitglieder Newsletter 12/2019, S. 1-2.
- HAMM, U.: Warum Verbraucherbefragungen wichtig sind – eine wissenschaftliche Analyse. In: Deutsche Bauern Korrespondenz, Jg. 2019, Nr. 5, S. 14-15.
- HAMM, U.: Verpasste Chancen beim Tierwohl. Interview in: Witzenhäuser Allgemeine, Nr. 29/2019, S. 3.
- HAMM, U.: Der Ökomarkt braucht konkrete Ziele. In: Agrarzeitung, 74. Jg., Nr. 25, S. 13.
- HAMM, U.: Bio-Waren werden massentauglich - Es fehlt am Angebot. Interview in: Südwest Presse, 9.7.2019, S. 3. Märkische Oderzeitung, 9.7.2019, S.3.

2018

- SCHÄUFELE, I. and HAMM, U.: Organic wine purchase behavior in Germany: Exploring the attitude-behaviour-gap with data from a household panel. In: Food Quality and Preference, vol. 63, p. 1-11. Online unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329317301696>
- JANSSEN, M.: Determinants of organic food purchases: Evidence from household panel data. In: Food Quality and Preference, vol. 68, p. 18-28. Online unter: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329318301095>
- ZANDER, K., RISIUS, A., FEUCHT, Y., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Sustainable aquaculture products: Implications of consumer awareness and of consumer preferences for promising marketing communication in Germany. In: Journal of Aquatic Food Product Technology, vol. 27, no. 1, p. 5-20. Online unter: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10498850.2017.1390028>
- RISIUS, A. and Hamm, U.: Exploring influences of different communication approaches on consumer target groups for ethically produced beef. In: Journal of Agriculture and Environmental Ethics, vol. 31, no. 3, p. 325-340. Online unter: <https://doi.org/10.1007/s10806-018-9727-6>
- STEINHAUSER, J. and HAMM, U.: Consumer and product-specific characteristics influencing the effect of nutrition, health and risk reduction claims on preferences and purchase behavior – A systematic review. In: Appetite, vol. 127, p. 303-327. Online unter: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666317309662>
- SANYÈ-MENGUAL, E., SPECHT, K., KRIKSER, T., VANNI, C., PENNISI, G., ORSINI, F., GIANQUINTO, G.P.: Social acceptance and perceived ecosystem services of urban agriculture in Southern Europe: The case of Bologna, Italy. In: PLoS ONE vol. 13, no. 9: e0200993. Online unter: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200993>
- SCHÄUFELE, I., PASHKOVA, D. and HAMM, U.: Which consumers opt for organic wine and why? An analysis of the attitude-behaviour link. In: British Food Journal, vol. 120, no. 8, p. 1901-1914. Online unter: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/BFJ-03-2018-0141>
- PROFETA, A. und HAMM, U.: Sollen regionale Fleischerzeugnisse auch mit regionalen Futtermitteln produziert werden? In: Forschung und Entwicklung der Fleischwirtschaft, Jg. 2018, Nr. 11, S. 99-103.
- ZANDER, K., SCHLEENBECKER, R. and HAMM, U.: Consumer Behaviour in the Organic and Fair Trade Food Market in Europe. In: PARVATHI, P., GROTE, U. and WAIBEL, H. (eds.): Fair Trade and Organic Agriculture – A Winning Combination? CAB International, Oxfordshire, UK and Boston, MA/USA, p. 51-60.

- SCHLEENBECKER, R., ZANDER, K. and HAMM, U.: Consumers' Information Search and Preferences for Fair Trade Coffee: a Case Study from Germany. In: PARVATHI, P., GROTE, U. and WAIBEL, H. (eds.): Fair Trade and Organic Agriculture – A Winning Combination? CAB International, Wallingford, UK and Boston, MA/USA, p. 76-87.
- HAMM, U.: Marketing. In: WACHENDORF, M., BÜRKERT, A. und GRAß, R. (Hrsg.): Ökologische Landwirtschaft. UTB-Buch Nr. 4863, Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart, S. 313-327.
- RISIUS, A.: Consumer preferences and willingness to pay for sustainably produced trout and beef in Germany. Dissertation Universität Kassel.
- SCHÄUFELE, I.: Factors influencing the purchase behaviour of consumers for organic wine: An analysis of household panel data. Dissertation Universität Kassel. Online unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hebis:34-2018071955851>
- DELBRÜCK, S., GRIESTOP, L. and HAMM, U.: Future opportunities and developments in the bioeconomy – a global expert survey. Hrsg.: Bioökonomierat. Berlin. Online unter: http://biooekonomierat.de/en/publications/?tx_rsmpublications_pi1%5Bpublication%5D=123&tx_rsmpublications_pi1%5Baction%5D=show&tx_rsmpublications_pi1%5Bcontrolle%5D=Publication&cHash=cdcd6e32364b49a7a6af85b5497b1453
- SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR UMWELTFRAGEN und WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT FÜR BIODIVERSITÄT UND GENETISCHE BEIM BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT: Für einen flächenwirksamen Insektenschutz. Berlin und Bonn 2018. Online unter: https://www.umweltrat.de/SharedDocs/Downloads/DE/04_Stellungnahmen/2016_2020/2018_10_AS_Insektenschutz.pdf ; ebenfalls abgedruckt in: Agra-Europe, 59. Jg., Nr. 42, Dokumentation S. 1-34.
- FEINDT, P.H., BAHRS, E., ENGELS, E.M., HAMM, U., HERDEGEN, M., ISSELSTEIN, J., SCHRÖDER, S., WÄTZOLD, F. und WOLTERS, S.: Für eine Gemeinsame Agrarpolitik, die konsequent zum Erhalt der biologischen Vielfalt beiträgt. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Bonn 2018, Online unter: <https://beirat-gr.genres.de/> ; ebenfalls abgedruckt in: Agra-Europe, Jg. 2018, Nr. 25, Dokumentation S. 1-16.
- BIOÖKONOMIERAT: Genome Editing: Europa braucht ein neues Gentechnikrecht. In: Agra-Europe, Jg. 2018, Nr. 18, Sonderbeilage S.1-5.
- SCHÄUFELE, I. und HAMM, U.: Nachfrageanalyse Öko-Wein. Projektendbericht. Universität Kassel, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing. Online unter: <http://orgprints.org/32644/>
- MENGER, K. und HAMM, U.: Erhalten durch Aufessen – der Widerspruch gefährdeter Nutztierassen für Verbraucher. In: Tagungsband 2018 der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie (ÖGA) „Methoden für eine evidenzbasierte Agrarpolitik – Erfahrungen, Bedarf und Entwicklungen“. Wien 2018, S. 31-32.
- PROFETA, A. und HAMM, U.: Analyse der Präferenzen von Verbrauchern für Futtermittel aus der Region. In: Tagungsband 2018 der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie (ÖGA) „Methoden für eine evidenzbasierte Agrarpolitik – Erfahrungen, Bedarf und Entwicklungen“. Wien 2018, S. 89-90.
- RÖDIGER, M. and HAMM, U.: Organic prices through the consumers' lenses. In: Tagungsband 2018 der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie (ÖGA) „Methoden für eine evidenzbasierte Agrarpolitik – Erfahrungen, Bedarf und Entwicklungen“. Wien 2018, S. 95-96.
- KILIAN, D. und HAMM, U.: Vegane Öko-Lebensmittel - Mehrzahlungsbereitschaft der Verbraucher. In: Tagungsband 2018 der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie (ÖGA) „Methoden für eine evidenzbasierte Agrarpolitik – Erfahrungen, Bedarf und Entwicklungen“. Wien 2018, S. 97-98.
- MENGER, K.: Vermarktungskonzepte für Produkte von gefährdeten Nutztierassen. In: KORN, H., DÜNNEFELDER, H. und SCHLIEP, R. (Hrsg.): Treffpunkt Biologische Vielfalt XVI. BfN-Skripten 487, Bundesamt für Naturschutz, Bonn, S. 125-128.

- BOLLER, L. und HAMM, U.: Der Öko-Lebensmittelmarkt birgt noch viel Potenzial. In: bioPress, Jg. 2018, Nr. 1, S. 42-46. Online unter: <https://www.biopress.de/de/ausgaben/show/61/ausgabe/2018/01/biopress-94-januar-2018.html#&qid=1&pid=22>
- HAMM, U.: Ressourcen stärker schonen. In: Märkte 4.0, Jubiläumsausgabe 150 Jahre Eugen Ulmer. Ulmer Verlag Stuttgart 2018.
- SCHIPMANN-SCHWARZE, C.: Eine Frage des Sortiments. In: Bioland, Jg. 2018, Nr. 5, S. 44-45.
- MENGER, A.K.: Vielfalt schmeckt Verbrauchern und Landwirten. In: B&B Agrar, Jg. 2018, Nr. 3, S. 17-18.
- PROFETA, A. und HAMM, U.: Regionale Futtermittelherkunft lohnt sich – Ergebnisse einer deutschlandweiten Verbraucherstudie der Universität Kassel. In: Schule und Beratung, Jg. 2018, Nr. 11-12, S. 40-41. Online unter: <http://www.stmelf.bayern.de/SuB>
- HAMM, U.: 0-1-2-3: Die Eierkennzeichnung als Beispiel. In: Landwirtschaftliches Wochenblatt BW Agrar, 185. Jg., Nr. 7, S. 57.
- HAMM, U.: Profitieren unsere Höfe vom Bio-Boom? Interview in: Landwirtschaftliches Wochenblatt BW Agrar, 185. Jg., Nr. 8, S. 12.
- HAMM, U.: Bedrohung der Vielfalt – eine verkannte Gefahr. In: Alnatura Magazin, Januar 2018, S. 44-45. Online unter: <https://www.alnatura.de/de-de/magazin/natur-und-garten/serie-biodiversitaet/bedrohung-der-vielfalt>
- PROFETA, A. und HAMM, U.: Regionales Futter für regionale Milcherzeugnisse? In: Deutsche Molkerei Zeitung, 139. Jg., Nr. 19, S. 12-13.

2017

- RISIUS, A., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Consumer preferences for sustainable aquaculture products. Evidence from in-depth interviews, think aloud protocols and choice experiments. In: *Appetite*, vol. 113, p. 246-254. Online unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666317302490>
- SCHÄUFELE, I. and HAMM, U.: Consumers' perceptions, preferences and willingness-to-pay for wine with sustainability characteristics: A review. In: *Journal of Cleaner Production*, vol. 147, p. 379-394. Online unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652617301336>
- RISIUS, A. and HAMM, U.: The effect of information on beef husbandry systems on consumers' preferences and willingness to pay. In: *Meat Science*, vol. 124, p. 9-14. Online unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0309174016303953>
- ISSA, I. and HAMM, U.: Adoption of organic farming as an opportunity for Syrian farmers of fresh fruit and vegetables: An application of the Theory of Planned Behaviour and structural equation modelling. In: *Sustainability*, 9 (11), 2024. Online unter: <http://www.mdpi.com/2071-1050/9/11/2024>
- MÖSTL, A. und HAMM, U.: Mehr Transparenz führt nicht unbedingt zu mehr Akzeptanz – Kommunikationsbeiträge von Landwirten zur Schweinehaltung in Sozialen Medien. In: *Fleischwirtschaft*, 97. Jg., Nr. 1, S. 22-29.
- GERKE, M. und JANSSEN, M.: Vegane Lebensmittel: Kennzeichnungspraxis. In: *Ernährungsumschau*, 64. Jg., Nr. 3, S. 51-57. English version: *Vegan Food: Labelling practice*. Online unter: DOI 10.4455/eu2017.011
- HOME, R., GERRARD, C., HEMPEL, C., LOSTAK, M., VIEWEGER, A., HUSAK, J., STOLZE, M., HAMM, U., PADEL, U., WILLER, H., VAIRO, D. and ZANOLI, R.: The quality of organic market data: providing data that is both fit for use and convenient. In: *Organic Agriculture*, vol. 7, p. 141-152. Online unter: <http://link.springer.com/article/10.1007/s13165-016-0147-5>

- RAHMANN, G., ARDAKANI, M.R., BARBERI, P., BOEHM, H., CANALI, S., CHANDER, M., DAVID, W., DENGEL, L., ERISMANN, J.W., GALVIS-MARTINEZ, A.C., HAMM, U., KAHL, J., KÖPKE, U., KÜHNE, S., LEE, S.B., LOES, A.-K., MOOS, J.H., NEUHOFF, D., NUUTILA, J.T., OLOWE, V., OPPERMAN, R., REMBIALIKOWSKA, E., RIDDLE, J., RASMUSSEN, I.A., SHADE, J., SOHN, S.M., TADESSE, M., TASHI, S., THATCHER, A., UDDIN, N., von FRAGSTEIN UND NIEMSDORFF, P., WIBE, A. WIVSTAD, M., WENLIANG, W. and ZANOLI, R.: Organic Agriculture 3.0 is innovation with research. In: Organic Agriculture, vol. 7, p. 169-197. Online unter: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13165-016-0171-5>
- HAMM, U., HÄRING, A.M., HÜLSBERGEN, K.-J., ISERMAYER, F., LANGE, S., NIGGLI, U., RAHMANN, G. and HORN, S.: Research strategy of the German Agricultural Research Alliance (DAFA) for the development of the organic farming sector in Germany. In: Organic Agriculture, vol. 7, p. 225-242. Online unter: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13165-017-0187-5>
- RISIUS, A. and HAMM, U.: Consumer segmentation based on attitudes – Does information change it all? Proceedings of the 2017 Conference of the Agriculture and Applied Economics Association (AAEA) in Chicago/USA. Online unter: <https://ageconsearch.umn.edu/record/258328?ln=en>
- HAMM, U., HÄRING, A.M., HÜLSBERGEN, K.J., ISERMAYER, F., LANGE, S., NIGGLI, U., RAHMANN, G. und HORN, S.: Fachforum Ökologische Lebensmittelwirtschaft – Forschungsstrategie der deutschen Agrarforschungsallianz. Hrsg.: Deutsche Agrarforschungsallianz (DAFA), Braunschweig. Online unter: http://www.dafa.de/no_cache/de/startseite/fachforen/oekologische-lebensmittelwirtschaft.html
- GIDER, D., KRIKSER, T. and HAMM, U.: Do organic food companies respond adequately to customer requests on their Corporate Social Responsibility performance? In: RAHMANN, G., ANDRES, C., YADAV, A.K., CHANDRA, K., ARDAKANI, R., OLOWE, V., SOTO, G., and WILLER, H. (eds.): Innovative Research for Organic 3.0 - Proceedings of the Scientific Track of the Organic World Congress 2017. Government of India, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, New Delhi, India, p. 634-637. Online unter: <http://orgprints.org/32352/>
- SCHÄUFELE, I. and HAMM, U.: Analysis of the real purchase behaviour of organic wine consumers. In: RAHMANN, G., ANDRES, C., YADAV, A.K., CHANDRA, K., ARDAKANI, R., OLOWE, V., SOTO, G., and WILLER, H. (eds.): Innovative Research for Organic 3.0 - Proceedings of the Scientific Track of the Organic World Congress 2017. Government of India, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, New Delhi, India, p. 658-661. Online unter: <http://orgprints.org/32352/>
- HAMM, U., FEINDT, P.H., WÄTZOLD, F., WOLTERS, V.: Verbraucher für die Erhaltung der biologischen Vielfalt in der Landwirtschaft aktivieren! Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. In: Agra-Europe, Jg. 2017, Nr. 6, Sonderbeilage S. 1-5.
- FEUCHT, Y.: Potentials and limits of sustainability communication - The cases of climate-friendly food and farmed fish. Dissertation Universität Kassel. Online unter: <https://kobra.uni-kassel.de/handle/123456789/2018021554601>
- GIDER, D.: Die konsumentenorientierte Kommunikation von Corporate Social Responsibility in Ernährungsindustrie und Lebensmittelhandel. Dissertation Universität Kassel. Schriftenreihe Nachhaltigkeitsmanagement - Studien zur nachhaltigen Unternehmensführung Bd. 33, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2017.
- SCHÄUFELE, I. and HAMM, U.: Wine consumers' attitudes towards sustainability cues and their real purchase behavior – data from a household panel. In: Proceedings of the 11th conference of the American Association of Wine Economists (AAWE) in Padua. Online unter: <http://www.wine-economics.org/2017-padua/2017-padua-scientific-program/>

- GIDER, D., KRIKSER, T. und HAMM, U.: Wie reagieren Öko- und konventionelle Unternehmen der Lebensmittelbranche auf Kundenanfragen zu ihrem gesellschaftlich verantwortungsvollen Verhalten? In: WOLFRUM, S., HEUWINKEL, H., REENTS, H.J., WIESINGER, K., HÜLSBERGEN, K.J. (Hrsg.): Ökologischen Landbau weiterdenken – Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken. Beiträge zur 14. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin, S. 662-665.
- RISIUS, A. und HAMM, U.: Akzeptanz von nachhaltiger Aquakultur: Treffen die Produktinformationen die Wünsche von Öko-Käufern? In: WOLFRUM, S., HEUWINKEL, H., REENTS, H.J., WIESINGER, K., HÜLSBERGEN, K.J. (Hrsg.): Ökologischen Landbau weiterdenken – Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken. Beiträge zur 14. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin, S. 666-669.
- PROFETA, A.: Haben Öko-Käufer eine Präferenz für funktionelle Lebensmittel? Ein Discrete-Choice-Experiment für Joghurt. In: WOLFRUM, S., HEUWINKEL, H., REENTS, H.J., WIESINGER, K., HÜLSBERGEN, K.J. (Hrsg.): Ökologischen Landbau weiterdenken – Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken. Beiträge zur 14. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin, S. 700-703.
- SCHÄUFELE, I. und HAMM, U.: Einstellungen und Präferenzen deutscher Öko-Weinkonsumenten. In: WOLFRUM, S., HEUWINKEL, H., REENTS, H.J., WIESINGER, K., HÜLSBERGEN, K.J. (Hrsg.): Ökologischen Landbau weiterdenken – Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken. Beiträge zur 14. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin, S. 704-707.
- RÖDIGER, M., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Multi-level animal welfare labels reflect consumer preferences: Insights from a systematic review. In: De Jong, I.C. and KOENE, P. (eds.): Proceedings of the 7th International conference on the assessment of animal welfare at farm and group level. Wageningen Academic Publishers, Netherlands, p. 75.
- RÖDIGER, M. and HAMM, U.: Visual intake of price information of organic food – a shopping task with eye-tracking glasses. In: 19th European Conference on Eye Movements, Program and Abstracts. Wuppertal 2017, p. 230.
- HAMM, U.: Ökolandwirte brauchen mittelfristige Absatzgarantien. Interview in Agra-Europe, Jg. 2017, Nr. 7, Länderberichte S. 26-29.
- HAMM, U.: Wie preissensibel ist der Öko-Kunde? In: Interview in: Landwirtschaftliches Wochenblatt BW Agrar, 183. Jg., Nr. 9, S. 14.
ebenfalls abgedruckt in: Schwäbischer Bauer, 68. Jg., Nr. 9, S. 14.
- SCHÄUFELE, I. und HAMM, U.: Kaufverhalten und Verbrauchereinstellungen für Bio-Wein. In: BUND ÖKOLOGISCHE LEBENSMITTELWIRTSCHAFT (Hrsg.): Zahlen, Daten, Fakten – Die Bio-Branche 2017. Berlin, S. 24-25. Online unter: <http://www.boelw.de/themen/zahrendatenfakten/bio-branche-2017/>
Ebenfalls abgedruckt in: Agra-Europe Jg. 2017, Nr. 7, Dokumentation S.23-24.
- HAMM, U.: Verbraucher wünschen authentische Produkte. Interview in: Profil – Das bayerische Genossenschaftsblatt, Jg. 2017, Nr. 4, S. 14-15.
- SCHÄUFELE, I.: Ökologischer Wein im deutschen Markt – Spiegeln sich Einstellungen gegenüber Nachhaltigkeit im Einkaufsverhalten wider? In: Weinwirtschaft, Jg. 2017, Nr. 17, S. 32-35.
- GERKE, M.: Handlungsbedarf auf europäischer Ebene – Die aktuelle Kennzeichnungspraxis bei veganen Lebensmitteln ist weder eindeutig noch transparent. In: Fleischwirtschaft, Jg. 2017, Nr. 11, S. 78-81.

2016

- JANSSEN, M., RÖDIGER, M. and HAMM, U.: Labels for animal husbandry systems meet consumer preferences: Results from a meta-analysis of consumer studies. In: Journal of Agriculture and Environmental Ethics, vol. 29, p. 1071-1100. Volltext abrufbar unter: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10806-016-9647-2/fulltext.html>

- JANSSEN, M., BUSCH, C., RÖDIGER, M. and HAMM, U.: Motives of consumers following a vegan diet and their attitudes towards animal agriculture. In: *Appetite*, vol. 105, p. 643-651. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666316302677>
- RÖDIGER, M., PLAßMANN, S. and HAMM, U.: Organic consumers' price knowledge, willingness-to-pay and purchase decision. In: *British Food Journal*, vol. 118, no. 11, p. 2732-2743. Volltext abrufbar unter: <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/BFJ-04-2016-0164>
- HEMPEL, C. and HAMM, U.: Local and/or organic: a study on consumer preferences for organic food and food from different origins. In: *International Journal of Consumer Studies*, vol. 40, p. 732-741. Volltext abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijcs.12288/epdf>
- HEMPEL, C. and HAMM, U.: How important is local food to organic-minded consumers? In: *Appetite*, vol. 96, p. 309-318. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666315300477>
- WÄGELI, S., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Organic consumers' preferences and willingness-to-pay for locally produced animal products. In: *International Journal of Consumer Studies*, vol. 40, no. 3, p. 357-367. Volltext abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijcs.12262/epdf>
- WÄGELI, S. and HAMM, U.: Consumers' perception and expectations of local food supply chains. In: *Organic Agriculture*, vol. 6, no. 3, p. 215-224. Volltext abrufbar unter: <http://link.springer.com/article/10.1007/s13165-015-0130-6>
- HEMPEL, C.: German consumers' attitudes and preferences with regard to organic food and food from different origins. Dissertation Universität Kassel. Volltext verfügbar unter: <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2016062350488/3/DissertationCorinnaHempel.pdf>.
- ISSA, I.: Analysis of the Market Potential of Syrian Organic Fruit and Vegetables for Exports to Germany. Dissertation Universität Kassel. Volltext verfügbar unter: <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/handle/urn:nbn:de:hebis:34-2016101951089>
- GREMMER, P., HEMPEL, C., HAMM, U. und BUSCH, C.: Zielkonflikt beim Lebensmitteleinkauf: Konventionell regional, ökologisch regional oder ökologisch aus entfernteren Regionen. Projektendbericht. Universität Kassel, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing. Volltext online abrufbar unter: <http://orgprints.org/30487/>
- MÖSTL, A. und HAMM, U.: Kommunikation landwirtschaftlicher Schweinehaltung über das Internet: Führt mehr Transparenz zu mehr Verbraucherakzeptanz? Abschlussbericht des Forschungsprojekts gefördert vom QS Wissenschaftsfonds. Universität Kassel, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing. Volltext online abrufbar unter: <https://www.q-s.de/qs-system/qs-wissenschaftsfonds.html>
- HAMM, U., Feindt, P.H., WÄTZOLD, F. und WOLTERS, V.: Verbraucher für die Erhaltung der biologischen Vielfalt in der Landwirtschaft aktivieren! Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Bonn 2016. Volltext online abrufbar unter: <https://beirat-gr.genres.de/gutachten-stellungnahmen/>
- BIOÖKONOMIERAT der Bundesregierung (17 Autoren, u. a. HAMM, U.): Weiterentwicklung der Nationalen Forschungsstrategie Bioökonomie 2030. In: *Agra-Europe*, Jg. 2016, Nr. 48, Sonderbeilage S. 1-8. Volltext online abrufbar unter: <http://biooekonomierat.de/publikationen/>
- HAMM, U. und GREMMER, P.: Ökologisch und aus der Region. In: *Ökologie und Landbau*, Nr. 4/2016, S. 39-41.
- HAMM, U.: Einstieg in die Nische – so geht's. Interview in: *oekolandbau.de*, Newsletter 19.02.2016. Volltext abrufbar unter: <https://www.oekolandbau.de/erzeuger/oekonomie/diversifizierung/einstieg-in-die-nische-so-gehts/>
- HAMM, U.: Hilft es, die Haltung zu kennzeichnen? Interview in: *Landwirtschaftliches Wochenblatt BW Agrar*, 183. Jg., Nr. 19, S. 12. ebenfalls abgedruckt in: *Schwäbischer Bauer*, 68. Jg., Nr. 19, S. 12.

- HAMM, U.: Abkehr vom Weltmarkt nötig. In: Ernährungsdienst - Agrarzeitung, Sonderausgabe zum 70-jährigen Jubiläum, Nr. 30, S. 34.
- HAMM, U.: Nachfrage nach Öko-Milchprodukten wächst jährlich um bis zu 10%. Interview in Marktreport Milch und Fleisch (Hrsg. MBI), Jg. 2016, Nr. 165, S. 3-4.
- HAMM, U.: Preise müssen steigen – Agrarwissenschaftler fordert Ende der Billig-Lebensmittel. Interview in Makro „Billige Lebensmittel“. 3sat, Online unter: <http://www.3sat.de/page/?source=/makro/magazin/doks/190039/index.html> und in ZDF heute.de unter: <http://www.heute.de/billig-lebensmittel-koennen-teuer-werden-3sat-makro-interview-mit-agrarwissenschaftler-ulrich-hamm-46014764.html>

2015

- RÖDIGER, M. and HAMM, U.: How are organic food prices affecting consumer behaviour? - A review. In: Food Quality and Preference, vol. 43, p. 10-20. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329315000336>
- SCHLEENBECKER, R. and HAMM, U.: Information needs for a purchase of fairtrade coffee. In: Sustainability, vol. 7, p. 5944-5962. Volltext abrufbar unter: <http://www.mdpi.com/2071-1050/7/5/5944>
- FELDMANN, C. and HAMM, U.: Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. In: Food Quality and Preference, vol. 40, p. 152-164. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329314001992>
- ZANOLI, R., NASPETTI, S., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Mediation and moderation in food-choice models: a study on the effects of consumer trust in logo on choice. In: NJAS – Wageningen Journal of Life Sciences vol. 72-73, p. 41-48. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1573521415000020>
- RISIUS, A. und HAMM, U.: Produkt- und Preisdifferenzierung für Rindfleisch nach dem Haltungsverfahren der Tiere. In: Fleischwirtschaft - Forschung und Entwicklung, 95. Jg., Nr. 2, S. 108-112.
- BUSCH, C. und HAMM, U.: Veganismus – Ethischer Konsum gewinnt an Bedeutung. In: Fleischwirtschaft, 95. Jg., Nr. 7, S. 34-39.
- BRÜMMER, B., HAMM, U., MARGGRAF, R., MÖLLER, D., MUSSHOF, O., QAIM, M., SPILLER, A., THEUVSEN, L., von CRAMON-TAUBADEL, S., und WOLLNI, M.: Neue Theorien und Methoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus. In: Berichte über Landwirtschaft, Bd. 93, Nr. 2, S. 1-23. Volltext abrufbar unter: <http://buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/76/GEWISOLA%20-%2093%20-pdf>
- HEMMERLING, S., HAMM, U. and SPILLER, A.: Consumption behavior regarding organic food from a marketing perspective – a literature review. In: Organic Agriculture vol. 5, no. 4, p. 277-313. Volltext abrufbar unter: <http://link.springer.com/article/10.1007/s13165-015-0109-3/fulltext.html>
- YIP, L. and JANSSEN, M.: How do consumers perceive organic food from different geographic origins? Evidence from Hong Kong and Shanghai. In: Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics, vol. 116, No. 1, p. 71-84. Volltext abrufbar unter: <http://www.jarts.info/index.php/jarts/article/view/2015011347164/829>
- BANTLE, C.: Kommunikationsstrategien zu Agrobiodiversität in der Gastronomie. Schriftenreihe agrarwissenschaftliche Forschungsergebnisse, Band 61, Dissertation, Universität Kassel, Verlag Dr. Kovač, Hamburg, 2015.
- BUSCH, C. und HAMM, U.: Trägt das Image der Landwirtschaft zu einer steigenden Zahl von Veganern bei? In: Edmund Rehwinkel-Stiftung der Landwirtschaftlichen Rentenbank (Hrsg.): Die Landwirtschaft im Spiegel von Verbrauchern und Gesellschaft. Schriftenreihe der Rentenbank, Bd. 31, Frankfurt/M. 2015, S. 37-65. Volltext abrufbar unter: http://www.rentenbank.de/cms/dokumente/10011465_262637/3963b13a/Schriftenreihe_Band31.pdf
- CUHLS, K., KAYSER, V., GRANDT, S., HAMM, U., REISCH, L., DANIEL, H., EL-CHICHAKLI, B. and DIECKHOFF, P.: Global visions for the bioeconomy – an international Delphi study. Bioökonomierat der Bundesregierung (Hrsg.), Berlin. Volltext abrufbar unter: [http://www.bioekonomierat.de/publikationen/?tx_rsmpublications_pi1\[publication\]=94&tx_rsmpublications_pi1\[action\]=show&tx_rsmpublications_pi1\[controller\]=Publication&chash=277d802ec292543cc822e50f61085a01](http://www.bioekonomierat.de/publikationen/?tx_rsmpublications_pi1[publication]=94&tx_rsmpublications_pi1[action]=show&tx_rsmpublications_pi1[controller]=Publication&chash=277d802ec292543cc822e50f61085a01)

- HAMM, U.: Der Wille ist da! Verbraucher greifen für Bio, Regio oder Tierwohl tiefer in die Tasche. In: Trendbuch Innovative Agrarwirtschaft 2015 (Hrsg. Agrarzeitung). Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main, S. 104-108.
- WÄTZOLD, F., BAHRS, E., FEINDT, P.H., HAMM, U., ISSELSTEIN, J., SCHRÖDER, S., WOLTERS, V.: Perspektiven für das artenreiche Grünland. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Bonn 2015. Volltext verfügbar unter: https://beirat-gr.genres.de/fileadmin/SITE_GENRES/downloads/docs/Beirat-GR/Gutachten_Stellungnahmen/Gutachten_Milchpreis_NeuerTitel.pdf Ebenfalls abgedruckt in: Agra-Europe, 57. Jg. (2016), Nr. 2, Länderberichte Sonderbeilage, S. 1-4.
- FEINDT, P.H., WOLTERS, V., BACKES, G., BAHRS, E., DEMPFLER, L., ENGELS, E.V., ENGELS, J., FEINDT, P.H., GRANER, A., HAMM, U., HERDEGEN, M., ISSELSTEIN, J., KONNERT, M., SCHRÖDER, S., SCHULTE-COERNE, H., WAGNER, S. WÄTZOLD, F. und WEDEKIND, H.: Gründung der Deutschen Genbank landwirtschaftlicher Nutztiere. Kurzstellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Bonn 2015. Volltext abrufbar unter: https://beirat-gr.genres.de/fileadmin/SITE_GENRES/downloads/docs/Beirat-GR/Gutachten_Stellungnahmen/beirat_09_2015.pdf
- KORN, A. und HAMM, U.: Präferenzen für artgerecht produziertes Rindfleisch aus extensiver Mutterkuhhaltung: Welchen Einfluss hat der Preis in Choice-Experiment-basierten Logit-Modellen? In: MUßHOFF, O., BRÜMMER, B., HAMM, U., MARGGRAF, R., MÖLLER, D., QAIM, M., SPILLER, A., THEUVSEN, L., von CRAMON-TAUBADEL, S., und WOLLNI, M. (Hrsg.): Neue Theorien und Methoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V. Bd. 50, S. 455-457.
- FELDMANN, C. und HAMM, U.: Hat die ökologische Produktion von Lebensmitteln einen Einfluss auf die Kaufentscheidung bei Produkten mit verschiedenen Herkunftsangaben. In: MUßHOFF, O., BRÜMMER, B., HAMM, U., MARGGRAF, R., MÖLLER, D., QAIM, M., SPILLER, A., THEUVSEN, L., von CRAMON-TAUBADEL, S., und WOLLNI, M. (Hrsg.): Neue Theorien und Methoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e. V. Bd. 50, S. 463-465.
- HAMM, U.: How to increase the willingness-to-pay for organic food. In: Conference Proceedings "International Symposium on Organic Consumer Research". Rikkyo University Tokio, Japan 2015, p. 24-43 (in English and Japanese).
- RÖDIGER, M. und HAMM, U.: Was wissen wir über die Preiswahrnehmung und das Preiswissen von Konsumenten in Bezug auf Öko-Lebensmittel? Eine Literaturanalyse. In: HÄRING, A.M., HÖRNING, B., HOFFMANN-BAHNSEN, R., LULEY, H., LUTHARD, V., PAPE, J. und TREI, G. (Hrsg.): Am Mut hängt der Erfolg – Rückblicke und Ausblicke auf die ökologische Landbewirtschaftung. Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2015, S. 676-679.
- GIDER, D. und HAMM, U.: Kommunikation von Corporate Social Responsibility (CSR) bei Öko-Unternehmen: Wie beurteilen Konsumenten die Glaubwürdigkeit? In: HÄRING, A.M., HÖRNING, B., HOFFMANN-BAHNSEN, R., LULEY, H., LUTHARD, V., PAPE, J. und TREI, G. (Hrsg.): Am Mut hängt der Erfolg – Rückblicke und Ausblicke auf die ökologische Landbewirtschaftung. Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2015, S. 684-685.
- KORN, A. und HAMM, U.: Kommunikation nachhaltiger Produktqualität: Wie können Öko-Konsumenten umfassend angesprochen werden? In: HÄRING, A.M., HÖRNING, B., HOFFMANN-BAHNSEN, R., LULEY, H., LUTHARD, V., PAPE, J. und TREI, G. (Hrsg.): Am Mut hängt der Erfolg – Rückblicke und Ausblicke auf die ökologische Landbewirtschaftung. Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2015, S. 686-689.

- ISSA, I. und HAMM, U.: Einstellungen von syrischen Obst- und Gemüseerzeugern auf ökologischen Landbau umzustellen mit dem Ziel des Exportes in die EU. In: HÄRING, A.M., HÖRNING, B., HOFFMANN-BAHNSEN, R., LULEY, H., LUTHARD, V., PAPE, J. und TREI, G. (Hrsg.): Am Mut hängt der Erfolg – Rückblicke und Ausblicke auf die ökologische Landbewirtschaftung. Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Verlag Dr. Köster, Berlin 2015, S. 702-705.
- HAMM, U.: Zahlungsbereitschaft von Verbrauchern für ethische Produkteigenschaften. In: HARTMANN, L., DUDEN, C. und SPILLER, A. (Hrsg.): Luxus im Wandel – Tagungsdokumentation. Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen 2015, S. 73-103.
- HAMM, U.: A global vision for bioeconomy. Conference proceedings of the Global Bioeconomy Summit in Berlin 2015. Online: http://gbs2015.com/fileadmin/gbs2015/Downloads/A_Global_Vision_for_Bioeconomy_Hamm.pdf
- JANSSEN, M., BUSCH, C., RÖDIGER, M. und HAMM, U. (2015): Einstellungen von Veganern zu landwirtschaftlicher Tierhaltung. In: Gieseke, D., Busch, G., Ikinger, C., Kühl, S. und Pirsich, W. (Hrsg.): Tierhaltung im Spannungsfeld von Tierwohl, Ökonomie und Gesellschaft. Göttingen 2015, S. 11-13. Volltext abrufbar unter: <https://www.uni-goettingen.de/de/awilps---tagung-zum-promotionsprogramm/502176.html>
- RISIUS, A. und HAMM, U.: Kaufen Verbraucher Fleisch aus extensiver Tierhaltung? In: Gieseke, D., Busch, G., Ikinger, C., Kühl, S. und Pirsich, W. (Hrsg.): Tierhaltung im Spannungsfeld von Tierwohl, Ökonomie und Gesellschaft. Göttingen 2015, S. 14-17. Volltext abrufbar unter: <https://www.uni-goettingen.de/de/awilps---tagung-zum-promotionsprogramm/502176.html>
- HEID, A. und HAMM, U.: Was tun mit Ziegenkitzen? In: Gieseke, D., Busch, G., Ikinger, C., Kühl, S. und Pirsich, W. (Hrsg.): Tierhaltung im Spannungsfeld von Tierwohl, Ökonomie und Gesellschaft. Göttingen 2015, S. 93-96. Volltext abrufbar unter: <https://www.uni-goettingen.de/de/awilps---tagung-zum-promotionsprogramm/502176.html>
- BANTLE, C.: Vielfalt erhalten mit Messer und Gabel. In: LandInForm, Jg. 2015, Nr. 1, S. 40-41. Volltext abrufbar unter: http://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/fileadmin/sites/ELER/Dateien/05_Service/Publikationen/LandInForm/PDF-Downloads/LandInForm_2015_1_Forschung_trifft_Praxis.pdf
- ZANDER, K., FEUCHT, Y., RISIUS, A. und HAMM, U.: Welche Marktchancen hat Fisch aus nachhaltiger deutscher Aquakultur? In: Informationsschrift der Fischereiforschungsstelle, des Fischgesundheitsdienstes und der Fischereibehörden des Landes Baden-Württemberg, Jg. 2015, Nr. 1, S. 12-15.
- FELDMANN, C. und HAMM, U.: Welche Bedeutung hat Regionalität für Konsumenten, denen Öko-Lebensmittel wichtig sind? In: BUND ÖKOLOGISCHE LEBENSMITTELWIRTSCHAFT (Hrsg.): Zahlen, Daten, Fakten – Die Bio-Branche 2015. Berlin, S. 24-25. Volltext abrufbar unter: http://www.boelw.de/uploads/media/BOELW_ZDF_2015_web.pdf
Ebenfalls abgedruckt in: Agra-Europe, Jg. 2015, Nr. 8, Dokumentation S. 24-25.
- MICHAELIS, T., HAMM, U., LANGE, S., RAHMANN, G. und ISERMAYER, F.: Forschungsstrategie nimmt Gestalt an. In: Ökologie und Landbau, Jg. 2015, Nr. 3, S. 44-45.
- HAMM, U. und ZANDER, K.: Nachhaltige Aquakultur – Verbraucher orientieren sich an Landwirtschaft. Interview in: Foodtechnologie, Jg. 2015, Nr. 3, S. 44-45.
- HAMM, U.: Fleisch kennzeichnen wie Eier. Interview in: Öko-Test, Jg. 2015, Nr. 7, S. 34.
- HAMM, U.: Standpunkt: Besondere Qualität konsumieren. In: Biohandel, Jg. 2015, Nr. 2, S. 67.
- HAMM, U.: Ökoprodukte besser bewerben. Interview in: BWagrar Landwirtschaftliches Wochenblatt, Jg. 2015, Nr. 10, S. 12. Ebenfalls abgedruckt in: Schwäbischer Bauer, Jg. 2015, Nr. 10, S. 12.
- HAMM, U. und ZANDER, K.: Nachhaltige Aquakultur: Ein Thema für den Konsumenten? Interview in: Fischmagazin, Jg. 2015, Nr. 6, S. 94-96.
- HAMM, U.: Vermarktung nachhaltiger Aquakulturprodukte. Interview in: oekolandbau.de: <http://www.oekolandbau.de/erzeuger/tierhaltung/artspezifische-anforderungen/aquakultur/vermarktung/>
- HAMM, U.: Können konsequente Niedrigpreise die Agrarmärkte retten? Interview in: Bauernzeitung, 56. Jg., Nr. 30, S. 20.

- HAMM, U.: Bio und Masse – past das zusammen? Interview in Bioland Im Fokus: <http://www.bioland.de/im-fokus/interviews/detail/article/herr-hamm-bio-und-masse-passt-das-zusammen.html>
- HAMM, U.: Die Marktsignale richtig deuten. In: Zukunft Milchproduktion – Sonderheft der Bauernzeitung, November 2015, S. 24-25.
- HAMM, U.: Biologische Vielfalt fördern – mit Genuss. Interview in: oekolandbau.de: <https://www.oekolandbau.de/verbraucher/wissen/nachhaltigkeit/umweltschutz/biologisch-e-vielfalt-foerdern-mit-genuss/>

2014

- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Governmental and private certification labels for organic food: Consumer attitudes and preferences in Germany. In: Food Policy, vol. 49, p. 437-448. Volltext abrufbar unter: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.05.011>
- MÜLLER, H. and HAMM, U.: Stability of market segmentation with cluster analysis – A methodological approach. In: Food Quality and Preference, vol. 34, p. 70-78. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329313002309>
- BUDER, F., FELDMANN, C. and HAMM, U.: Why regular buyers of organic food still buy many conventional products – Product-specific purchase barriers for organic food consumers. In: British Food Journal, vol. 116, no. 3, p. 390-404. Volltext abrufbar unter: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0007-070x&volume=116&issue=3&articleid=17107058&show=html>
- ZANDER, K. and BESKE, P.: Happy Growers! Relationship quality in the German organic apple chain. In: International Food and Agribusiness Management Review, vol. 17, no. 3, p. 205-223. Volltext abrufbar unter: http://www.ifama.org/files/IFAMR/Vol%2017/Issue%203/20130177_10.pdf
- BANTLE, C. und HAMM, U.: Der Bezug von Verbrauchern zu Agrobiodiversität – Grundlagen für eine zielgruppengerechte Kommunikation. In: Berichte über Landwirtschaft, Bd. 92, Nr. 3, S. 1-24. Volltext abrufbar unter: <http://buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/59/bantle-93-2-pdf>
- LASNER, T. and HAMM, U.: Exploring ecopreneurship in the blue growth: A grounded theory approach. In: Annuals of Marine Sociology, vol. 23, p. 4-20. Volltext abrufbar unter: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-40e73e54-109b-4275-96ac-1aedd22967d0>
- DANIEL, H., REISCH, L. und HAMM, U.: Förderkonzept des Bioökonomierates „Lebensmittelkonsum, Ernährung und Gesundheit. Hrsg.: Geschäftsstelle des Bioökonomierates. Berlin 2014. Volltext abrufbar unter: http://www.biooekonomierat.de/fileadmin/Publikationen/empfehlungen/Empfehlungen_Ernaehrung.pdf - also published in English as: Funding Concept of the Bioeconomy Council for the sector Food Consumption, Diet & Health. http://biooekonomierat.de/fileadmin/Publikationen/Englisch/Food_Consumption_Diet_Health.pdf
- SCHULTE-COERNE, H., DEMPFLER, L., ENGELS, E.V., ENGELS, J., FEINDT, P.H., GEROWITT, B., GRANER, A., HAMM, U., HEIßENHUBER, A., HERDEGEN, M., JANßEN, A., SCHRÖDER, S., WEDEKIND, H. und WOLTERS, V.: Perspektiven der staatlichen Förderung bedrohter Nutztierassen. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Bonn 2014. Volltext abrufbar unter: http://beirat-gr.genres.de/fileadmin/SITE_GENRES/downloads/docs/Beirat-GR/Gutachten_Stellungnahmen/Beirat_Nutztierassen.pdf
- SCHLEENBECKER, R.: Informationsbedarf und Informationssuche beim Kauf von Produkten aus Fairem Handel. Dissertation Universität Kassel. Schriftenreihe Studien zum Konsumentenverhalten Bd. 54, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2014.
- WÄGELI, S.: Die Bedeutung der Futtermittelherkunft beim Kauf tierischer Öko-Lebensmittel – Konsumentenwahrnehmung und –präferenz einer Kennzeichnung der regionalen Futtermittelherkunft. Dissertation Universität Kassel. Schriftenreihe Agrarwissenschaftliche Forschungsergebnisse Bd. 50, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2014.

- FELDMANN, C., GERRARD, C.L., HAMM, U., PADEL, S., VIEWEGER, A.: Inventory of organic market data collectors. In: FELDMANN, C., GERRARD, C.L., HAMM, U., HOME, R., LOSTAK, M., PADEL, S., SCHAACK, D., STOLZE, M., VAIRO, D., VIEWEGER, A., WILLER, H. and ZANOLI, R. (eds.): Data network for a better European organic market information – Synthesis report. Brussels 2014, p.13-18.
- FELDMANN, C. and HAMM, U.: Classification and evaluation of existing organic market data collection methods in Europe. In: FELDMANN, C., GERRARD, C.L., HAMM, U., HOME, R., LOSTAK, M., PADEL, S., SCHAACK, D., STOLZE, M., VAIRO, D., VIEWEGER, A., WILLER, H. and ZANOLI, R. (eds.): Data network for a better European organic market information – Synthesis report. Brussels 2014, p.19-23.
- FELDMANN, C. and HAMM, U.: Methodologies for data quality improvement. In: FELDMANN, C., GERRARD, C.L., HAMM, U., HOME, R., LOSTAK, M., PADEL, S., SCHAACK, D., STOLZE, M., VAIRO, D., VIEWEGER, A., WILLER, H. and ZANOLI, R. (eds.): Data network for a better European organic market information – Synthesis report. Brussels 2014, p. 33-35.
- KORN, A. und HAMM, U.: Konzept zur Produktdifferenzierung am Rindfleischmarkt - Kommunikationsmöglichkeiten und Zahlungsbereitschaft für Rindfleisch aus extensiver, artgerechter Mutterkuhhaltung auf Grünland. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2014. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/27867/>
- BANTLE, C. und HAMM, U.: Vielfalt durch Nutzung erhalten: Entwicklung von Kommunikationsstrategien zur Agro-Biodiversität in der Gastronomie. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2014. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/28070/>
- KORN, A., FEUCHT, Y., ZANDER, K., JANSSEN, M. und HAMM, U. (2014): Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für nachhaltige Aquakulturprodukte. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2014. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/28279/>
- HERMANOWSKI, R., LIEBL, B., WIRZ, A., KLINGMANN, P., MÄDER, R., BUSCH, C., GIDER, D., HAMM, U., JANSSEN, M., KILIAN, D. und KORN, A.: Regionalfenster. In: HERMANOWSKI, R. und HAMM, U. (Hrsg.): Gemeinsamer Abschlussbericht zu Projekten des Regionalfensters im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), Frankfurt/Main 2014. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/28149/>
- KORN, A. und HAMM, U.: Verbrauchereinstellungen und Zahlungsbereitschaften für Rindfleisch aus extensiver Mutterkuhhaltung. In: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) (Hrsg.): Agrobiodiversität – Schriftenreihe des Informations- und Koordinationszentrums für Biologische Vielfalt Nr. 34, S. 150-163. http://www.genres.de/fileadmin/SITE_GENRES/downloads/schriftenreihe/schriftenreihe_band_34.pdf
- KUHNERT, H., NIEBERG, H., STROHM, R., SANDERS, J. und HAMM, U.: Einmal öko, immer öko? Wer aus dem Ökolandbau aussteigt und warum – Ergebnisse einer Studie über Rückumsteller. In: AGRARBÜNDNIS (Hrsg.): Der kritische Agrarbericht. AbL Bauernblatt Verlags-GmbH, Hamm 2014. S. 112-116.
- FELDMANN, C. und HAMM, U.: Organic Data Network: Harmonising organic market data collection in Europe. In: KIRSCHKE, D., BOKELMANN, W., HAGEDORN, K. und HÜTTEL, S. (Hrsg.): Wie viel Markt und wie viel Regulierung braucht eine nachhaltige Agrarentwicklung? Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bd. 49, S. 369-370. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_49_2014.pdf
- HAMM, U. und KORN, A.: Was denken Verbraucher über nachhaltige Aquakulturprodukte? In: Österreichische Gesellschaft für Agrarökonomie (Hrsg.): Lebensmittelversorgung, Lebensmittelsicherheit und Ernährungssouveränität – Tagungsband. Wien 2014, S. 7-8.

- BANTLE, C. und HAMM, U.: Die Rolle der Gastronomie für den Erhalt der Agrobiodiversität. In: Österreichische Gesellschaft für Agrarökonomie (Hrsg.): Lebensmittelversorgung, Lebensmittelsicherheit und Ernährungssouveränität – Tagungsband. Wien 2014, S. 67-68.
- KORN, A. und HAMM, U.: Zielgruppenspezifische Kommunikation für nachhaltige Produktionsverfahren von Rindfleisch. In: Österreichische Gesellschaft für Agrarökonomie (Hrsg.): Lebensmittelversorgung, Lebensmittelsicherheit und Ernährungssouveränität – Tagungsband. Wien 2014, S. 101-102.
- FELDMANN, C. und HAMM, U.: Öko und/oder regional: Eine Studie zu Zahlungsbereitschaften für ökologische Lebensmittel und Lebensmittel verschiedener Herkünfte. In: Österreichische Gesellschaft für Agrarökonomie (Hrsg.): Lebensmittelversorgung, Lebensmittelsicherheit und Ernährungssouveränität – Tagungsband. Wien 2014, S. 107-108.
- JANSSEN, M. und ZANDER, K.: Do you like organic wine? Preferences of organic consumers. In: RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 355-358. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%202%20web.pdf
- FELDMANN, C. und HAMM, U.: Searching for inconsistencies in organic market data – a guide on how to apply quality checks for statistics. In: RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 359-362. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%202%20web.pdf
- HEID, A. und HAMM, U.: Segmenting the market for organic goat kid meat. In: RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 379-382. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%202%20web.pdf
- KORN, A. und JANSSEN, M.: Thinking aloud about sustainable aquaculture products: Consumer perceptions and barriers to communication. In: RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 395-398. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%202%20web.pdf
- SANDERS, J., HAMM, U., KUHNERT, H., NIEBERG, H. and STROHM, R.: Reversion of organic farms to conventional farming in Germany. In: RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 439-440. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%202%20web.pdf
- KORN, A. und HAMM, U.: Differentiation of rearing systems: Is there a market for organic beef from extensive suckler cow husbandry? In: RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 449-452. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%202%20web.pdf

- ISSA, I. and HAMM, U.: Conversion to organic farming as an opportunity for Syrian farmers of fresh fruit and vegetables: An application of the theory of planned behavior. In: : RAHMANN, G. and AKSOY, U. (eds.): Building organic bridges, vol. 2. Proceedings of the 4th ISOFAR scientific conference at the Organic World Congress 2014 in Istanbul. Thünen Report 20. Braunschweig 2014, p. 1073-1076. Volltext abrufbar unter: http://www.isofar.org/isofar/images/conferences/2014_owc/OWC14%20proceedings%20Volume%20%20web.pdf
- HERMANOWSKI, R. und HAMM, U.: Regionalfenster ein geeignetes Instrument zur Kennzeichnung von Regionalprodukten. In: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (Hrsg.): Zahlen, Daten, Fakten – Die Bio-Branche 2014. S. 8. Volltext abrufbar unter: http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF_2014_BOELW_Web.pdf; ebenfalls veröffentlicht in: Agra-Europe, Jg. 2014, Nr. 8, Sonderbeilage S. 8.
- HAMM, U.: Hamm kritisiert unzureichende Öffentlichkeitsarbeit der Ökobranche. In: Agra-Europe, 55. Jg., Nr. 36, Länderberichte S. 2-4.
- HAMM, U.: Zahl der Coops steigt wieder. Interview in: Biohandel, Jg. 2014, Nr. 3, S. 14.
- HAMM, U.: Die Kunden legen Wert auf Regionalität. Interview in: Stuttgarter Zeitung Nr. 190, 19.8.2014, S. 2.
- HAMM, U.: Bio-Trend. Interview in: Gesellschaft für Konsumforschung Compact, September 2014, S.1-2.
- HAMM, U.: Bäuche sind dick genug – warum die Preise für Lebensmittel im Sinkflug sind. Interview in: Witzenhäuser Allgemeine, Jg. 2014, Nr. 279, 1.12.2014, S. 2.
- HAMM, U.: Wie kommt der Ökolandbau wieder auf die Füße? Interview in Bauernzeitung, Jg. 2014, Nr. 41, S. 20.

2013

- SCHLEENBECKER, R. and HAMM, U.: Consumers' perception of organic product characteristics: a review. In: Appetite, vol. 71, p. 420-429. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666313003784>
- HEID, A. and HAMM, U.: Animal welfare versus food quality: Factors influencing organic consumers' preferences for alternatives to piglet castration without anaesthesia. In: Meat Science, vol. 95, p. 203-211. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0309174013001757>
- ASCHEMANN-WITZEL, J., MAROSCHECK, N. and HAMM, U.: Are organic consumers preferring or avoiding foods with nutrition and health claims? In: Food Quality and Preference, vol. 30, no. 1, p. 68-76. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329313000591>
- GERRARD, C.L., JANSSEN, M., SMITH, L., HAMM, U. and PADEL, S.: UK consumer reactions to organic certification logos. In: British Food Journal, vol. 115, no. 5, p. 727-742. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/22557/1/UK%20consumer%20reactions%20to%20organic%20certification%20logos.pdf>
- ZANDER, K., STOLZ, H. and HAMM, U.: Promising ethical arguments for product differentiation in the organic food sector. A mixed methods research approach. In: Appetite, vol. 62, no. 1, p. 133-142. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666312004679>
- SAHM, H., SANDERS, J., NIEBERG, H., BEHRENS, G., KUHNERT, H., STROHM, R. and HAMM, U.: Reversion from organic to conventional agriculture: A review. In: Renewable Agriculture and Food Systems, vol. 28, no. 3, p. 263-275. Volltext abrufbar unter: <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=8963050&fulltextType=RV&fileId=S1742170512000117>
- UYVAL, O.K., MIRAN, B., ABAY, C., BOYACI, M., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Factors influencing the perception of organic certification logos in Turkey. In: Journal of Food, Agriculture and Environment, vol. 11, no. 1, p. 40-46. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/22562/1/22562.pdf>

- GARMING, H., BANTLE, C., CASTELLONI, N., STAVER, C. and ZANDER, K.: Social capital in establishing collective marketing of Bananas in Central America. In: Enterprise Development and Microfinance, vol. 24, no. 2, p. 135-145.
- HEID, A. and HAMM, U.: Organic consumers' willingness-to-pay for boar meat products before and after tasting product samples. In: Organic Agriculture, vol. 3, no 2, p. 83-93. Volltext abrufbar unter: <http://link.springer.com/article/10.1007/s13165-013-0047-x>
- SCHLEENBECKER, R. and HAMM, U.: Getting the message across: the importance of information in Fair Trade marketing. In: Röcklinsberg, H. and Sandin, P. (eds.): The ethics of consumption – The citizen, the market and the law. Wageningen Academic Publishers, Wageningen 2013, p.189-194. DOI: 10.3921/978-90-8686-784-4
- LASNER, T.: Ecopreneurship in der Aquakultur – Die Übernahme umweltgerechter Innovationen. Dissertation Universität Kassel. Hochschulschriften zur Nachhaltigkeit, oekom Verlag München 2013.
- HEID, A.: Organic consumers' attitudes and preferences regarding alternatives to piglet castration without anaesthesia and analgesia in organic farming - an explorative analysis. Dissertation Universität Kassel. Online unter: <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/handle/urn:nbn:de:hebis:34-2013110544547>
- ZANDER, K. und JANSSEN, M.: Präferenzen deutscher Öko-Konsumenten für Wein. In: BAHRS, E., BECKER, T., BIRNER, R., BROCKMEIER, M., DABBERT, S., DOLUSCHITZ, R., GRETHE, H., LIPPERT, C. und THIELE, E. (Hrsg.): Herausforderungen des globalen Wandels für Agrarentwicklung und Welternährung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Bd. 48, S. 177-188. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_48_2013.pdf
- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Wahrnehmung und Präferenz für tierische Öko-Lebensmittel produziert mit regionalen Futtermitteln. In: BAHRS, E., BECKER, T., BIRNER, R., BROCKMEIER, M., DABBERT, S., DOLUSCHITZ, R., GRETHE, H., LIPPERT, C. und THIELE, E. (Hrsg.): Herausforderungen des globalen Wandels für Agrarentwicklung und Welternährung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Bd. 48, S. 151-161. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_48_2013.pdf
- JANSSEN, M. und GIDER, D.: Die neue Kennzeichnung für regionale Lebensmittel in Deutschland: Das Regionalfenster aus Verbrauchersicht. In: Tagungsband der 41. Jahrestagung der Schweizer Gesellschaft für Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie & 23. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie. Zürich, Schweiz, S. 65-66.
- SANDERS, J., KUHNERT, H., HAMM, U., NIEBERG, H. und STROHM, R.: Gründe für die Rückumstellung ökologisch wirtschaftender Betriebe auf konventionellen Landbau in Deutschland. In: Tagungsband der 41. Jahrestagung der Schweizer Gesellschaft für Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie & 23. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie. Zürich, Schweiz, S. 97-98.
- KUHNERT, H., BEHRENS, G., HAMM, U., MÜLLER, H., NIEBERG, H., SANDERS, J. und STROHM, R.: Ausstiege aus dem ökologischen Landbau: Umfang, Gründe, Handlungsoptionen. Thünen Report 3 (Hrsg.: Johann Heinrich von Thünen-Institut) Braunschweig. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/22697/>
- FELDMANN, C. and HAMM, U.: Organic Data Network: Harmonising Organic Market Data Collection in Europe. In: German Association of Agricultural Economists (Gewisola), 53rd annual conference, Berlin/Germany; <http://ageconsearch.umn.edu/handle/156221>
- GEROWITT, B., SCHRÖDER, S., DEMPFFLE, L., ENGELS, E.V., ENGELS, J., FEINDT, P.H., GRANER, A., HAMM, U., HEIßENHUBER, A., SCHULTE-COERNE, H. und WOLTERS, V.: Biodiversität im Grünland – unverzichtbar für Landwirtschaft und Gesellschaft. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Bonn 2013. Volltext abrufbar unter: http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Biodiversitaet/StellungnahmeBiodivGruenland.pdf?__blob=publicationFile Ebenfalls abgedruckt in: Agra-Europe, 54. Jg., Nr. 48, Länderberichte Dokumentation S. 1-10.

- GEROWITT, B., BEGEMANN, F., DEMPFLER, L., ENGELS, E.V., ENGELS, J., FEINDT, P.H., FRESE, L., HAMM, U., HEIßENHUBER, A., JACOBSEN, H.J., SCHULTE-COERNE, H. und WOLTERS, V.: Ökologische Vorrangflächen zur Förderung der Biodiversität – Bedeutung, Bewirtschaftung, Ausgestaltung. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Volltext abrufbar unter: http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Biodiversitaet/OekologischeVorrangflaechen.pdf?__blob=publicationFile Ebenfalls veröffentlicht in: Agra-Europe, Jg. 2013 Nr. 4, Sonderbeilage S. 1-4.
- NEUHOFF, D., STUMM, C., ZIEGLER, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und KÖPKE, U. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit: Perspektiven ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Berlin, Verlag Dr. Köster.
- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Verbraucherpräferenzen bezüglich der Futtermittelherkunft im Öko-Landbau. In: NEUHOFF, D., STUMM, C., ZIEGLER, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und KÖPKE, U. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit: Perspektiven ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Berlin, Verlag Dr. Köster, S. 684-687.
- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Was heißt hier „regional“? Verbrauchererwartungen an Öko-Lebensmittel aus tierischer Erzeugung. In: NEUHOFF, D., STUMM, C., ZIEGLER, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und KÖPKE, U. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit: Perspektiven ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Berlin, Verlag Dr. Köster, S. 688-691.
- JANSSEN, M., ZANDER, K. und HAMM, U.: Verbraucherpräferenzen für Ökowein. In: NEUHOFF, D., STUMM, C., ZIEGLER, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und KÖPKE, U. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit: Perspektiven ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Berlin, Verlag Dr. Köster, S. 696-699.
- MÜLLER, H. und HAMM, U.: Rückumstellung von ökologischer auf konventionelle Wirtschaftsweise. In: NEUHOFF, D., STUMM, C., ZIEGLER, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und KÖPKE, U. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit: Perspektiven ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Berlin, Verlag Dr. Köster, S. 702-705.
- HEID, A. und HAMM, U.: Verkaufsförderung und Zielgruppen für Öko-Ziegenlammfleisch. In: NEUHOFF, D., STUMM, C., ZIEGLER, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und KÖPKE, U. (Hrsg.): Ideal und Wirklichkeit: Perspektiven ökologischer Landbewirtschaftung. Beiträge zur 12. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Berlin, Verlag Dr. Köster, S. 738-741.
- SANDERS, J., NIEBERG, H., HAMM, U., KUHNERT, H., STROHM, R.: Aussteiger aus dem Öko-Landbau – Warum Landwirte zur konventionellen Produktion zurückkehren. In: Senat der Bundesforschungsinstitute des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hrsg.): Forschungsreport Spezial „Ökologischer Landbau 2013“, S. 18-19. Berlin.
- HAMM, U., JANSSEN, M. und KILIAN, D.: Verbraucherbefragung zur Beurteilung des Regionalfensters. In: Agra-Europe, 54. Jg., Nr. 48, Dokumentation S. 1- 17.
- JANSSEN, M. und HAMM, U.: Verbrauchereinstellungen und Zahlungsbereitschaft für Öko-Wein. In: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW, Hrsg.): Zahlen, Daten, Fakten – Die Bio-Branche 2013, S. 22-23. Volltext abrufbar unter: http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF_2_013_Endversion_01.pdf . Ebenfalls veröffentlicht in: Agra-Europe, Jg. 2013, Nr. 8, Sonderbeilage S. 22-23.
- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Regionale Futtermittelproduktion eröffnet neue Marktnische. In: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW, Hrsg.): Zahlen, Daten, Fakten – Die Bio-Branche 2013, S. 24-25. Volltext abrufbar unter: http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF_2_013_Endversion_01.pdf . Ebenfalls veröffentlicht in: Agra-Europe, Jg. 2013, Nr. 8, Sonderbeilage S. 24-25.
- KUHNERT, H., BEHRENS, G., NIEBERG, H., SANDERS, J., STROHM, R., HAMM, U. und MÜLLER, H.: Im Schatten des Öko-Booms. In: Top Agrar, Jg. 2013, Nr. 3, S. 40-44.

- KUHNERT, H., NIEBERG, H., STROHM, R., SANDERS, J. und HAMM, U.: Wer aus dem Ökolandbau aussteigt und warum. In: Ökologie und Landbau, Jg. 2013, Nr. 2, S. 54-56.
- HAMM, U.: Engagement ist der Weg zum Erfolg. In: Rundschau für den Lebensmittelhandel Extra – Bio. Hrsg.: medialog, Gaggenau 2013, S. 6-11.
- BUSCH, C.: Das Regionalfenster – ein transparenter Herkunftsnachweis. In: Ländlicher Raum. Jg. 2013, Nr. 3, S. 64-65.
- HAMM, U.: Markt für Bio-Produkte: Vorsicht Absturzgefahr. Interview in: Rundschau für den Lebensmittelhandel, Jg. 2013, Nr. 2, S. 38.
- LASNER, T.: Wir sollten den Markt nicht dem importierten Pangasius überlassen. Interview in: Ökologie und Landbau, 41. Jg., Nr. 4, S. 39-41.

2012

- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Product labeling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. In: Food Quality and Preference, vol. 25, no. 1, p. 9-25. Volltext abrufbar unter: http://ac.els-cdn.com/S0950329311002631/1-s2.0-S0950329311002631-main.pdf?tid=32f92ba8b332f651f043ebb84e5d6463&acdnat=1336036835_c7813fef314ab3525451ca38de57e4a
- HEID, A. and HAMM, U.: Consumer attitudes towards alternatives to piglet castration without pain relief in organic farming: Qualitative results from Germany. In: Journal of Agricultural and Environmental Ethics, vol. 25, no. 5, p. 687-706. Volltext abrufbar unter: <http://www.springerlink.com/content/a57p0202j5t6106r/fulltext.pdf>
- JANSSEN, M. and HAMM, U.: The mandatory EU logo for organic food: consumer perceptions. In: British Food Journal, vol. 114, no. 3, p. 335-352. Volltext abrufbar unter: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17021613&ini=aob>
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Information search behavior and its determinants: the case of ethical attributes of organic food. In: International Journal of Consumer Studies, vol. 36, no. 3, p. 307-316. Volltext abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2011.00998.x/full>
- UYVAL, K.Ö., JANSSEN, M., MIRAN, B., ABAY, C., BOYACI, M. and HAMM, U.: Consumer willingness-to-pay for different organic certification logos in Turkey. In: Revista de cercetare si interventie sociala, vol. 39, p. 154-175. http://www.rcis.ro/images/documente/rcis39_09.pdf
- STOLZ, H.: Attitudes and behaviour towards food attributes and organic food – a triangular methodological investigation of occasional organic consumers. Dissertation Universität Kassel. Volltext abrufbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hebis:34-2012010440188>
- MÜLLER, H.: Stabilität von Verbrauchereinstellungen und einstellungsbasierter Marktsegmentierung. Dissertation Universität Kassel. Schriftenreihe Quantitative Methoden in Forschung und Praxis Bd. 33, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2012.
- HAMM, U., HEMMERLING, S., SCHLEENBECKER, R., SPILLER, A., WÄGELI, S., CORDTS, A., HERMANN, I., SONNTAG, I. und KARY, V.: Consumer purchase and consumption behaviour regarding organic food – Analysis of the state of the art. University of Kassel and University of Göttingen 2012. Volltext abrufbar unter: http://orgprints.org/20055/4/20055-10OE095-uni_kassel-hamm-2012_final_report.pdf
- HEID, A. und HAMM, U.: Entwicklung eines Konzepts zur Vermarktung von Öko-Ziegenlammfleisch aus melkenden Betrieben. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2012. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/22310/>
- JANSSEN, M., ZANDER, K. und HAMM, U.: Präferenzen und Zahlungsbereitschaft deutscher Verbraucher bei Öko-Wein. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2012. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/20975/1/20975-10OE087-uni-kassel-hamm-2012-zahlungsbereitschaft-fuer-oekowein.pdf>

- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Schaffung von Marktanreizen für den heimischen Futterbau über bessere Absatzmöglichkeiten für tierische Öko-Produkte aus regionaler Erzeugung. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau und anderer Formen nachhaltiger Landwirtschaft. Universität Kassel 2012. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/21638/1/21638-10OE054-uni-kassel-hamm-2012-marktanreize-heimischerFutterbau.pdf>
- BEGEMANN, F., HERDEGSEN, M., DEMPFFLE, L., ENGELS, J., FEINDT, P.H., GEROWITT, B., HAMM, U., JANßEN, A., SCHULTE-COERNE, H. und WEDEKIND, H.: Empfehlungen zur Umsetzung des Nagoya-Protokolls bei genetischen Ressourcen in der Land-, Forst-, Fischerei- und Ernährungswirtschaft. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Bonn, 2012. Volltext abrufbar unter: http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Biodiversitaet/EmpfehlungUmsetzungNagoya.pdf?__blob=publicationFile
- BEGEMANN, F., HERDEGSEN, M., DEMPFFLE, L., ENGELS, J., FEINDT, P.H., GEROWITT, B., HAMM, U., JANßEN, A., SCHULTE-COERNE, H. and WEDEKIND, H.: Recommendations on the implementation of the Nagoya Protocol with respect to genetic resources in agriculture, forestry, fisheries and food industry. Position Paper by the Scientific Advisory Board on Biodiversity and Genetic Resources at the Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection. Bonn 2012.
- GEROWITT, B., BEGEMANN, F., DEMPFFLE, L., ENGELS, E.V., ENGELS, J., FEINDT, P.H., FRESE, L., HAMM, U., HEIßENHUBER, A., JACOBSEN, H.J., SCHULTE-COERNE, H. und WOLTERS, V.: Ökologische Vorrangflächen zur Förderung der Biodiversität – Bedeutung, Bewirtschaftung, Ausgestaltung. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Biodiversität und Genetische Ressourcen beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Bonn, 2012.
- SCHLEENBECKER, R. and HAMM, U.: Ethical consumption from niche to mainstream – Discovering consumers' information need. Proceedings of 131st Seminar of the European Association of Agricultural Economists, Prague/Czech Republic 2012, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/135778/2/Schleenbecker.pdf>
- ZANDER, K.: Erfolgsfaktoren in der Wertschöpfungskette für ökologische Äpfel. In: BALMANN, A., GLAUBEN, T., GRAUBNER, M., GRINGS, M., HIRSCHAUER, N., SCHAFT, F., und WAGNER, P. (Hrsg.): Unternehmerische Landwirtschaft zwischen Marktanforderungen und gesellschaftlichen Erwartungen. Tagungsband der 51. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V. Münster 2012, S. 435-436. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_47_2012.pdf
- HEID, A. and HAMM, U.: Development of a marketing concept for organic goat meat from dairy goat farms. In: RAHMANN, G. and GODINHO, D. (eds.): Tackling the future challenges of organic animal husbandry. Proceedings of the 2nd Animal Husbandry Conference. Hamburg 2012, p. 211-214. http://isofar.de/isofar/images/conferences/Proceedings/2OAHc_2012_proceedings_Interactive.pdf
- HEID, A. and HAMM, U.: Alternatives to piglet castration without pain relief – Acceptance and willingness-to-pay of organic consumers in Germany. In: RAHMANN, G. and GODINHO, D. (eds.): Tackling the future challenges of organic animal husbandry. Proceedings of the 2nd Animal Husbandry Conference. Hamburg 2012, p. 292-295. http://isofar.de/isofar/images/conferences/Proceedings/2OAHc_2012_proceedings_Interactive.pdf
- WÄGELI, S. and HAMM, U.: Local feed in organic animal production: a market opportunity? In: RAHMANN, G. and GODINHO, D. (eds.): Tackling the future challenges of organic animal husbandry. Proceedings of the 2nd Animal Husbandry Conference. Hamburg 2012, p. 390-393. http://isofar.de/isofar/images/conferences/Proceedings/2OAHc_2012_proceedings_Interactive.pdf

- SAHM, H. und HAMM, U.: Rückumstellung von ökologischer auf konventionelle Wirtschaftsweise. In: Tagungsband der 22. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie „Ökosystemdienstleistungen und Landwirtschaft – Herausforderungen und Konsequenzen für Forschung und Praxis“. Wien 2012, S. 61-62. Volltext abrufbar unter:
http://oega.boku.ac.at/fileadmin/user_upload/Tagung/2012/OEGA_TAGUNGSBAND_2012.pdf
- JANSSEN, M., PLAßMANN-WEIDAUER, S., KUHNERT, H., HAMM, U. und KAUFFMANN, S.: Wachstum und Differenzierung. In: Ökologie und Landbau, 40. Jg., Nr. 1, S. 38-41.
- KUHNERT, H., PLAßMANN-WEIDAUER, S., JANSSEN, M., HAMM, U., KAUFFMANN, S., BRAUN, K., RÖDER, E., BRZUKULLA, H.-J. und RIPPIN, M.: Mehr Transparenz – Neue Studie analysiert Situation und Marktvolumen des Naturkostfachhandels in Deutschland. In: Agrarbündnis (Hrsg.): Landwirtschaft 2012 – Der kritische Agrarbericht. Hamm 2011, S. 100-104.
- HAMM, U.: Regional, tierartgerecht, sozial – die neue Konkurrenz für Öko-Lebensmittel? In: Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (Hrsg.): Mit Bio in die Zukunft – Welche Forschung brauchen wir? Stuttgart 2012, S. 14-15.
- HAMM, U.: Discounter zahlen manchmal sogar besser. Interview in: Natur und Kosmos, Jg. 2012, Nr. 4, S. 25.
- HAMM, U. und PLAßMANN-WEIDAUER, S.: Öko-Lebensmittel sind ihren Preis wert. In: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW, Hrsg.): Nachgefragt: 28 Antworten zum Stand des Wissens rund um den Öko-Landbau und Bio-Lebensmittel. 4. Aufl., Berlin 2012, S. 36-37. Volltext abrufbar unter:
http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Themen/Argumentationsleitfaden/Bio-Argumente_BOELW_Auflage4_2012_02.pdf

2011

- STOLZ, H., STOLZE, M., HAMM, U., JANSSEN, M. and RUTO, E.: Consumer attitudes towards organic versus conventional food with specific quality attributes. In: NJAS Wageningen Journal of Life Sciences, vol. 58, no. 3-4, p. 67-72. Volltext abrufbar unter:
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S157352141000031X>
- STOLZ, H., STOLZE, M., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Preferences and determinants for organic, conventional and conventional-plus products – The case of occasional organic consumers. In: Food Quality and Preference, vol. 22, no. 8, p. 772-779. Volltext abrufbar unter:
http://ac.els-cdn.com/S0950329311001224/1-s2.0-S0950329311001224-main.pdf?_tid=c373b6ff8104aee75454c2190f8fe8af&acdnat=1336036760_4670b365ba9c367d9886a8da6dd294df
- RIEFER, A. and HAMM, U.: Organic food consumption in families with juvenile children. In: British Food Journal, vol. 113, no. 6, p. 797-808. Volltext abrufbar unter:
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1927484&show=abstract>
- ASCHEMANN-WITZEL, J. und HAMM, U.: Measuring consumers' information and acquisition behavior with the computer-based information-display-matrix. In: Methodology – European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences, vol. 7, no. 1, p. 1-10. Volltext abrufbar unter:
<http://www.psychcontent.com/content/y3u6388161716770/fulltext.pdf>
- KARKI, L., SCHLEENBECKER, R. and HAMM, U.: Factors influencing a conversion to organic farming in Nepalese tea farms. In: Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics, vol. 112, no. 2, p. 113-123. Volltext unter:
<http://www.jarts.info/index.php/jarts/article/view/urn%3Anbn%3Ade%3Ahebis%3A34-2012011740355>
- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Consumer perception of different organic certification schemes in five European countries. In: Organic Agriculture, vol. 1, no. 1, p. 31-43. Volltext abrufbar unter:
<http://www.springerlink.com/content/51n4h186l7j92g16/fulltext.pdf>
- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Certification logos in the market for organic food: What are consumers willing to pay for different logos? Paper for EAAE Congress 2011, Volltext unter:
http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/114454/2/Janssen_Meike_292.pdf

- BUDER, F. und HAMM, U.: Ausweitung der individuellen Bedarfsdeckung mit Öko-Lebensmitteln - Identifikation von Sortimentslücken und produktspezifischen Kaufbarrieren für Öko-Käufer. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau. Universität Kassel 2011. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/18433/>
- HEID, A., BRENNINGMEYER, C., KNIERIM, U. und HAMM, U.: Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration – Analyse der Auswirkungen alternativer Verfahren auf die Akzeptanz bei Verbrauchern und Produzenten. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau. Universität Kassel 2011. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/18652/>
- ZANDER, K.: Ausländisches Angebot an ökologischen Äpfeln: Bedeutung für deutsche Apfelerzeuger. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau. Universität Kassel 2011. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/19352/>
- HAMM, U., HEMMERLING, S., SCHLEENBECKER, R., SPILLER, A., WÄGELI, S., CORDTS, A., HERMANN, I., SONNTAG, I. und KARY, V.: Wissensstandsanalyse zum Verbraucher- und Ernährungsverhalten bei ökologischen Lebensmitteln mit Einbezug der Außer-Haus-Verpflegung. <http://orgprints.org/20055/>
- KUHNERT, H., BEHRENS, G., BRAUN, K., BRZUKULLA, H.-J., HAMM, U., JANSSEN, M., KAUFFMANN, S., LASNER, T., LÖSCH, K., MOSER-BRORMANN, U., PLAßMANN-WEIDAUER, S., RIPPIN, M. und RÖDER, E.: Strukturdaten des Naturkostfachhandels: Erhebung des Status quo und Aufbau eines Instrumentariums zur kontinuierlichen Strukturbeschreibung des Bio-Marktsegmentes Naturkostfachhandel. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/20521/>
- JANSSEN, M.: Labelling schemes for organic food: Consumer attitudes, preferences and willingness-to-pay in six European countries. Dissertation, University of Kassel 2011. Volltext abrufbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hebis:34-2011121239927>
- BUDER, F.: Das Kaufverhalten bei Öko-Lebensmitteln – Kausalanalytische Untersuchung der Determinanten der Nachfrage nach ökologisch erzeugten Lebensmitteln. Dissertation Universität Kassel. Studien zum Konsumentenverhalten Bd. 37, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2011.
- PLAßMANN-WEIDAUER, S.: Die Bedeutung des Preises beim Kauf von Öko-Lebensmitteln. Dissertation Universität Kassel. Studien zum Konsumentenverhalten Bd. 39, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2011.
- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Certification Logos in the Market for Organic Food: What are Consumers Willing to Pay for Different Logos? In: Conference of the European Association of Agricultural Economists 2011 Zurich, Switzerland. Volltext abrufbar unter: http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/114454/2/Janssen_Meike_292.pdf
- HAMM, U. and JANSSEN, M.: Consumer views on the new mandatory EU logo for organic food. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., SSEKYEWA, C. and SOHN, S.M. (eds.): Organic is life – Knowledge for tomorrow. Proceedings of the 3rd Scientific Conference of ISOFAR vol. 2, International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn 2011, p. 2-5.
- HEID, A. and HAMM, U.: Consumer acceptance of alternatives to piglet castration without anaesthesia in organic farming. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., SSEKYEWA, C. and SOHN, S.M. (eds.): Organic is life – Knowledge for tomorrow. Proceedings of the 3rd Scientific Conference of ISOFAR vol. 2, International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn 2011, p. 14-17.
- ZANDER, K., HAMM, U., FREYER, B., GÖSSINGER, K., NASPETTI, S., PADEL, S., STOLZ, H., STOLZE, M. and ZANOLI, R.: Consumer concerns regarding additional ethical attributes of organic food. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., SSEKYEWA, C. and SOHN, S.M. (eds.): Organic is life – Knowledge for tomorrow. Proceedings of the 3rd Scientific Conference of ISOFAR vol. 2, International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn 2011, p. 22-25.

- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Are consumers willing to pay a price premium for specific organic logos? In: In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., SSEKYEWA, C. and SOHN, S.M. (eds.): Organic is life – Knowledge for tomorrow. Proceedings of the 3rd Scientific Conference of ISOFAR vol. 2, International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn 2011, p. 38-41.
- LASNER, T. and HAMM, U.: Ecopreneurship in Aquaculture – The adoption of organic fish farming methods. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., SSEKYEWA, C. and SOHN, S.M. (eds.): Organic is life – Knowledge for tomorrow. Proceedings of the 3rd Scientific Conference of ISOFAR vol. 2, International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn 2011, p. 72-75.
- BUDER, F. und HAMM, U.: Was vermissen Öko-Käufer im Handel? In: LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Bio-Lebensmittel. Hamburg, 24. Ergänzungslieferung, Kap. VI.7.1.
- BUDER, F.: Was beeinflusst den Kauf ökologischer Produkte durch Verbraucher. In: LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Bio-Lebensmittel. Hamburg, 26. Ergänzungslieferung, Kap. VI.8.
- HAMM, U. und ZANDER, K.: Farmer Consumer Partnerships – Final Report. University of Kassel 2011. Volltext abrufbar unter: http://www.coreorganic.org/research/projects/fcp/FCP_final_report_2011.pdf
- HEID, A. und HAMM, U.: Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration. In: LEITHOLD, G., BECKER, K., BROCK, C., FISCHINGER, S., SPIEGEL, A.-K., SPORY, K., WILBOIS, K.-P. und WILLIGES, U. (Hrsg.): Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis - Beiträge zur 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Bd. 1, Berlin 2011, S. 374-377. Volltext abrufbar unter http://orgprints.org/17452/3/Heid_17452.pdf
- BUDER, F. und HAMM, U.: Determinanten der Nachfrage ökologischer Lebensmittel. In: LEITHOLD, G., BECKER, K., BROCK, C., FISCHINGER, S., SPIEGEL, A.-K., SPORY, K., WILBOIS, K.-P. und WILLIGES, U. (Hrsg.): Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis - Beiträge zur 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Bd. 2, Berlin 2011, S. 274-277. Volltext abrufbar unter: http://orgprints.org/17392/2/Buder_17392.pdf
- JANSSEN, M. und HAMM, U.: Zahlungsbereitschaft und Verbraucherpräferenzen für Produkte mit unterschiedlichen Öko-Zertifizierungszeichen. In: LEITHOLD, G., BECKER, K., BROCK, C., FISCHINGER, S., SPIEGEL, A.-K., SPORY, K., WILBOIS, K.-P. und WILLIGES, U. (Hrsg.): Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis - Beiträge zur 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Bd. 2, Berlin 2011, S. 278-281. Volltext abrufbar unter http://orgprints.org/17395/3/Janssen_17395.pdf
- PLAßMANN, S. und HAMM, U.: Einflussfaktoren auf die Zahlungsbereitschaft für Öko-Lebensmittel. In: LEITHOLD, G., BECKER, K., BROCK, C., FISCHINGER, S., SPIEGEL, A.-K., SPORY, K., WILBOIS, K.-P. und WILLIGES, U. (Hrsg.): Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis - Beiträge zur 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Bd. 2, Berlin 2011, S. 281-285. Volltext abrufbar unter http://orgprints.org/17425/3/Pla%C3%9Fmann_17425.pdf
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Werte ökologischer Lebensmittel: Anforderungen an eine erfolgreiche Kommunikation mit Verbrauchern. In: LEITHOLD, G., BECKER, K., BROCK, C., FISCHINGER, S., SPIEGEL, A.-K., SPORY, K., WILBOIS, K.-P. und WILLIGES, U. (Hrsg.): Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis - Beiträge zur 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Bd. 2, Berlin 2011, S. 292-295. Volltext abrufbar unter http://orgprints.org/17424/3/Zander_17424.pdf
- ZANDER, K.: Produktions- und Marktstrukturen für ökologische Äpfel. In: LEITHOLD, G., BECKER, K., BROCK, C., FISCHINGER, S., SPIEGEL, A.-K., SPORY, K., WILBOIS, K.-P. und WILLIGES, U. (Hrsg.): Es geht ums Ganze: Forschen im Dialog von Wissenschaft und Praxis - Beiträge zur 11. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Bd. 2, Berlin 2011, S. 321-322. Volltext abrufbar unter http://orgprints.org/17400/3/Zander_17400.pdf

- BUDER, F. und HAMM, U.: Einflussfaktoren des Kaufverhaltens bei Öko-Lebensmitteln. In: WEINGARTEN, P., BANSE, M., GÖMANN, H., ISERMEYER, F., NIEBERG, H., OFFERMANN, F. und WENDT, H. (Hrsg.): Möglichkeiten und Grenzen der wissenschaftlichen Politikanalyse. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. Bd. 46, Münster-Hiltrup, S. 435-437. Volltext abrufbar unter: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/53963/2/v24korrigiert.pdf>
- JANSSEN, M. und HAMM, U.: Organic certification schemes from the consumer perspective: A comparison between seven European countries. In: WEINGARTEN, P., BANSE, M., GÖMANN, H., ISERMEYER, F., NIEBERG, H., OFFERMANN, F. und WENDT, H. (Hrsg.): Möglichkeiten und Grenzen der wissenschaftlichen Politikanalyse. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. Bd. 46, Münster-Hiltrup, S. 439-441. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_46_2011.pdf
- HEID, A. und HAMM, U.: Verbraucherakzeptanz von Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration. In: WEINGARTEN, P., BANSE, M., GÖMANN, H., ISERMEYER, F., NIEBERG, H., OFFERMANN, F. und WENDT, H. (Hrsg.): Möglichkeiten und Grenzen der wissenschaftlichen Politikanalyse. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V. Bd. 46, Münster-Hiltrup, S. 463-464. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_46_2011.pdf
- ZANDER, K., HAMM, U., FREYER, B., GÖSSINGER, K., HAMETTER, M., NASPETTI, S., PADEL, S., STOLZ, H., STOLZE, M. und ZANOLI, R.: Alleanze tra Agricoltori e Consumatori – Come comunicare con successo il valore degli alimenti biologici ai consumatori. Università Politecnica delle Marche, Ancona/Italia. ISBN: 978-88-8249-076-8.
- HEID, A.: Der Gaumen entscheidet – Verbraucher offen für Eberfleisch. In: Bioland, Jg. 2011, Nr. 1, S. 21.
- SCHAACK, D., BARBIAN, T., GERBER, A., JANSSEN, M., ZANDER, K. und ROEHL, R.: Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011. Bundesverband Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW), Berlin 2011. Ebenfalls veröffentlicht in: - Agra-Europe, 52. Jg., Nr. 8, Dokumentation S. 1-18.
- HAMM, U.: Die Marktbereinigung ist absolut überfällig. Interview in: Bio-Siegel Report, Jg. 2011, Nr. 1, S. 5.
- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Kunden legen Wert auf heimisches Futter. In: Bioland, Jg. 2011, Nr. 3, S. 33-34.
- BUDER, F.: Typischen Bio-Käufer gibt es nicht. Interview in: IHK-Magazin Wirtschaft Nordhessen, Jg. 2011, Nr. 3, S. 17.
- LASNER, T.: Ökologische Aquakultur: Wie grün ist die blaue Revolution? Der Markt für ökologisch erzeugten Zuchtfisch in Deutschland. In: Fischmagazin, Jg. 2011, Nr. 2, S. 68-71.
- JANSSEN, M.: Biozeichen: Die Unterschiede pflegen! In: Ökologie und Landbau, Jg. 2011, Nr. 2, S. 50-52.
- PADEL, S. and ZANDER, K.: Communicating with customers. In: Organic Farming (ed.: Soil Association), vol. 2011, spring (no. 106), p. 29-31.
- HAMM, U.: Ethische Werte als Profilierung. In: Demeter Journal Handel, Jg. 2011, Frühjahr, S. 28.
- BEHRENS, G., KUHNERT, H., SAHM, H., HAMM, U., STROHM, R., NIEBERG, H. und SANDERS, J.: Der unbekannteste Aussteiger. In: Ökologie und Landbau, 39. Jg. (2011), Nr. 3, S. 43-46.
- WÄGELI, S. und HAMM, U.: Bio-Einkauf regional: Und das Futter? In: Lebendige Erde, 62. Jg. (2011), Nr. 4, S. 26-28.
- ZANDER, K., HAMM, U., STOLZ, H. und STOLZE, M.: „...und rede davon“: ethische Werte von Bioprodukten. In: Bioaktuell, 20. Jg. (2011), Nr. 5, S. 14-16.
- HAMM, U.: Von der Massenproduktion klar abgrenzen. Interview in: Allgemeine Bäckerzeitung, 65. Jg. (2011), Nr. 17, S. 2.
- WEILER, N. und HEID, A.: Ebermast statt Kastration. In: Biohandel, Jg. 2011, Nr. 10, S. 35-37.
- PLAßMANN-WEIDAUER, S., JANSSEN, M., HAMM, U., KUHNERT, H.: Zahlen von Läden bringen Gewissheit. In: Biohandel, Jg. 2011, Nr. 12, S. 16-17. (Nachdruck in: Marktwoche Öko-Landbau (Hrsg.: Agrarmarkt Informationsgesellschaft): Jg. 2011, Nr. 47, S. 12-13).
- JANSSEN, M. und HAMM, U.: Preferencias del consumidor I disposición por los logos de certificación ecológica. In: Agricultura y Ganadería Ecológica, 2011, no. 6, p. 38-39.

2010

- ZANDER, K. and HAMM, U.: Consumer preferences for additional ethical attributes of organic food. In: Food Quality and Preference, vol. 21, no. 5, p. 495-503. Volltext abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329310000078>
- ASCHEMANN-WITZEL, J. and HAMM, U.: Do consumers prefer foods with nutrition and health claims? In: Journal of Marketing Communications, vol. 16, no. 1-2, p. 47-58.
- JANSSEN, M. und HAMM, U.: Standards und Kennzeichen für Öko-Lebensmittel aus Verbrauchersicht: Empfehlungen für agrarpolitische Entscheidungsträger. In: Berichte über Landwirtschaft, Bd. 88, S. 86-102 Volltext abrufbar unter: http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Service/BerichteLandwirtschaft/2010_Heft_1_Band88.pdf?__blob=publicationFile
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Welche zusätzlichen Eigenschaften ökologischer Lebensmittel interessieren Verbraucher? In: German Journal of Agricultural Economics, vol. 59, no. 4, p. 246-257. Volltext abrufbar unter: <http://www.gjae-online.de/news/pdfstamps/outputs/GJAE-d83dec7d735dda8742beaf552e625f19.pdf>
- HEID, A. and HAMM, U.: Determinants of consumer acceptance of alternatives to piglet castration without anaesthesia – a review. In: Journal for Meat Production, Processing and Research, vol. 25, no. 2, p. 122-126.
- RIEFER, A.: Veränderungen im Öko-Lebensmittelkonsum in Familien mit Kindern und deren Hintergründe. Dissertation Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2010021732024/3/DissertationAngelikaRiefer.pdf>
- GRONEFELD, F.: The European organic food market – How to increase its transparency? Dissertation Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2010120635032/5/DissertationFriederikeGronefeld.pdf>
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Werte – ethischer Konsum – Corporate Social Responsibility. In: MEYER, A.H. (Hrsg.): Lebensmittel heute – Qualität & Recht. Behr's Verlag Hamburg, S. 53-67.
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Ethische Werte aus Sicht der Verbraucher – Das Beispiel von Lebensmitteln aus ökologischer Produktion. In: LOY, J.P. und MÜLLER, R.A.E. (Hrsg.): Agrar- und Ernährungsmärkte nach dem Boom. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues Bd. 45, Münster-Hiltrup 2010, S. 169-180. Volltext abrufbar unter: http://www.gewisola.de/files/Schriften_der_GEWISOLA_Bd_45_2010.pdf (Der Beitrag wurde mit einem best paper award der Gesellschaft ausgezeichnet.)
- BICKEL, M., BUDER, F. und HAMM, U.: The influence of product prices on the seasonal purchase behaviour of organic food consumers. In: LOY, J.P. und MÜLLER, R.A.E. (Hrsg.): Agrar- und Ernährungsmärkte nach dem Boom. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues Bd. 45, Münster-Hiltrup 2010, S. 413-414.
- BRENNINKMEYER, C., HEID, A., HAMM, U. und KNIERIM, U.: Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration – Erfahrungen im europäischen Ökolandbau und Wünsche deutscher Bio-Konsumenten. In: Forschungsanstalt Agroscope Reckenholz-Tänikon ART (Hrsg.): Nachhaltigkeit in der Wiederkäuer- und Schweinehaltung – Tagungsband der 24. Jahrestagung der Internationalen Gesellschaft für Nutztierhaltung (IGN). Tänikon/Schweiz, S. 10-14. Online verfügbar unter: <http://www.animal-health-online.de/gross/wp-content/uploads/2010/06/24IGN-Tagung2010.pdf#page=12>
- BUDER, F., HAMM, U., BICKEL, M., BIEN, B. und MICHELS, P.: Dynamik des Kaufverhaltens im Bio-Sortiment. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/16983/>
- LASNER, T. und HAMM, U.: Marktanalyse für ökologische Aquakulturerzeugnisse. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/17160/>

- BICKEL, M. und HAMM, U.: Absatzanalyse für regionale und fair gehandelte Öko-Lebensmittel im Rahmen der BÖL-Projekte 08OE132 und 08OE105. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/17109/>
- ZANDER, K., HAMM, U., FREYER, B., GÖSSINGER, K., HAMETTER, M., NASPETTI, S., PADEL, S., STOLZ, H., STOLZE, M. und ZANOLI, R.: Landwirte-Verbraucher-Partnerschaften – Erfolgreiche Kommunikation von Werten ökologischer Lebensmittel. Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/17851/>
- ZANDER, K., HAMM, U., FREYER, B., GÖSSINGER, K., HAMETTER, M., NASPETTI, S., PADEL, S., STOLZ, H., STOLZE, M. and ZANOLI, R.: Farmer Consumer Partnerships - How to successfully communicate the values of organic food to consumers. Universität Kassel 2010. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/17852/>
- KARAHAN UYSAL, Ö., MIRAN, B., ABAY, C., BOYACI, M., JANSSEN, M. and HAMM, U.: Perceptions of the Turkish consumers on organic logos (in Turkish). In: KARLI, B., OZEL, R. and ÖCAL KARA, F. (eds): Proceeding of the IXth Turkish Congress of Agricultural Economics, vol. I, S. 363-370. Volltext abrufbar unter: http://ziraat.harran.edu.tr/TARIM_K_9/TE9_Kongre/cilt_1.pdf
- JANSSEN, M., BUDER, F. und HAMM, U.: Große Einheiten im Biosektor auf dem Vormarsch. In: Ökologie und Landbau, Jg. 2010, Nr. 1, S. 26-28.
- SCHMIDT, M.-J. und JANSSEN, M.: Hochwertig muss hochpreisig sein. In: Lebendige Erde, 61. Jg. (2010), Nr. 1, S. 28-29.
- HEID, A. und HAMM, U.: Sensorik von Eberfleisch: Vom Verbraucher akzeptiert? In: DLG Lebensmitteltest, Jg. 2010, Nr. 2, S. 14-15.
- BUDER, F.: Kundensegmente des Öko-Marktes. In: BUND ÖKOLOGISCHE LEBENSMITTELWIRTSCHAFT (BÖLW) (Hrsg.): Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2010. Berlin 2010, S. 28-29.
- PLAßMANN, S.: Akzeptanz für Bio-Preisaufschläge ist höher als bislang gedacht. Interview in: Biohandel, Jg. 2010, Nr. 4, S. 51-55.
- PADEL, S. and ZANDER, K.: Paying more for added ethics – „Organic Plus“ values and their relevance to consumers. In: The Organic Research Centre Bulletin, No. 99, p. 6-7.
- ASCHEMANN-WITZEL, J.: Kaufbereitschaft für Lebensmittel mit Claims. In: Ernährungsumschau, Jg. 2010, Nr. 5, S. 238-242.
- HAMM, U. und ZANDER, K.: Ethische Werte bei Einkaufsentscheidungen für Lebensmittel. In: Tagungsreader Behr's Lebensmittel-PraxisTage 2010 zum 175-jährigen Bestehen des Behr's Verlags. Hamburg, Bd. 1, Kap. 8, S. 1-36.
- RIPPIN, M., HAMM, U., WILLIGES, U., SEMMLER-LOOTZ, G., SCHULIN, C. und SCHINDLER, T.: Ökomarkt in Hessen – Analysen, Perspektiven, Beispiele. Hrsg.: HESSISCHES MINISTERIUM FÜR UMWELT, ENERGIE, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ, Wiesbaden 2010.
- PLAßMANN, S. und HAMM, U.: Mehr Demeter im Markt?. In: Lebendige Erde, 61. Jg., Nr. 4, S. 26-28.
- HAMM, U. und BICKEL, M.: Verkostungsaktionen: Bio-Produkte erfolgreich präsentieren. In: Biohandel, Jg. 2010, Nr. 8, S. 8-11.
- HAMM, U. und PLAßMANN, S.: Einkaufsentscheidungen für Öko-Lebensmittel: Die Bedeutung des Preises wird überschätzt. In: Biopress, Jg. 2010, Nr. 64, S. 32-36. Online verfügbar unter: <http://www.biopress.de/>
- HAMM, U.: Auf ureigene Stärken besinnen. Interview in: BÄKO-Magazin, Jg. 2010, Nr. 10, S. 36-38.
- PADEL, S., SMITH, L. and JANSSEN, M.: Are shoppers aware of organic certification logos? In: Bulletin of the Organic Research Centre ELM FARM, no. 101, p. 4-5.
- JANSSEN, M. and HAMM, U.: Organic certification schemes from the consumer perspective: A comparison between seven European countries, Poster presented at 50. GeWiSoLa-Jahrestagung, Braunschweig, 29.09. - 01.10.2009, text online available at: http://www.vti.bund.de/fileadmin/dam_uploads/Institute/LR/lr_de/lr_de_gewisola2010/lr_de_beitraege/P4_3.pdf.

- SCHAACK, D., BARBIAN, T., GERBER, A., PLAßMANN, S. und BUDER, F.: Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2010. Hrsg.: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW), Berlin 2010. Online verfügbar unter: http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF2010gesamt.pdf
- ZANDER, K. and HAMM, U.: Successful communication of additional ethical attributes of organic food. In: ICROFS News, no. 4, p. 5-6. http://www.icrofs.org/pdf/icrofsnews/2010_4.pdf
- HAMM, U.: Mein gutes Gewissen lasse ich mir etwas kosten! In: BÄKO Workshop - Referate und Diskussionen. Bonn 2010, S. 78-98.
- LASNER, T.: Entwicklung der ökologischen Aquakultur in Deutschland. In:
 - Fischerei&Fischmarkt in Mecklenburg-Vorpommern, Jg. 10 (2010), Nr. 4, S. 50-55.
 - Fischer&Teichwirt, Jg. 61 (2010), Nr. 10, S. 374-377.

2009

- HEID, A. und HAMM, U.: Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration – Stand der Forschung zur Verbraucherakzeptanz der Alternativen. In: Fleischwirtschaft, Jg. 2009, Nr. 12, S. 93-98.
- JANSSEN, M., HEID, A. and HAMM, U.: Is there a promising market ‚in between‘ organic and conventional food? Analysis of consumer preferences. In: Renewable Agriculture and Food Systems, vol. 24 (3), p. 205-213. Online verfügbar unter: <http://journals.cambridge.org/action/displayFulltext?type=6&fid=6078576&jid=RAF&volumeId=24&issueId=03&aid=6078572&bodyId=&membershipNumber=&societyETOCSession=&fulltextType=RA&fileId=S1742170509990056>
- STOLZ, H., BODINI, A., STOLZE, M., HAMM, U. und RICHTER, T.: Lebensmittelqualität aus der Verbraucherperspektive – eine Synthese qualitativer Studien zur Wahrnehmung und Beurteilung verschiedener Qualitätskriterien bei Öko-Produkten. In: Berichte über Landwirtschaft, Bd. 87, S. 153-182. Online verfügbar unter: http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Service/BerichteLandwirtschaft/2009_Heft1_Band87.pdf?__blob=publicationFile
- ASCHEMANN, J. and HAMM, U.: Preferences for food with nutrition and health claims in a close-to-realistic choice context. In: Advances in consumer research, vol. 36 (2009), p. 819-820.
- ZANDER, K. and HAMM, U.: Consumers' preferences for ethical values of organic food. In: MILLAR, E., WEST, P. H. and NERLICH, B. (eds.): Ethical futures: bioscience and food horizons. Wageningen, Niederlande 2009, S. 400-405.
- NASPETTI, S., HAMM, U., JANSSEN, M. and ZANOLI, R.: Quanto vale il marchio bio? Un'indagine edonimetrica. In: CRESCIMANNO, M. and SCHIFANI, G. (eds.): Agricoltura Biologica: sistemi produttivi e modelli di commercializzazione e di consumo. Università degli studi del Palermo, Italy 2009 (ISBN 978-88-6213-011-0), p. 167-172.
- BUDER, F. und HAMM, U.: Verbrauchsstrukturen von Öko-Intensivkäufern im Fokus. In: Ernährungsumschau, 56. Jg. (2009), Nr. 9, S. 527-533.
- ASCHEMANN, J., MAROSCHECK, N. und HAMM, U.: Einflussfaktoren auf den Kauf von Öko-Produkten mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben: Ergebnisse einer Kaufsimulation. In: MAYER, J., ALFÖLDI, T., LEIBER, F., DUBOIS, D., FRIED, P., HECKENDORN, F., HILLMANN, E., KLOCKE, P., LÜSCHER, A., RIEDEL, S., STOLZE, M., STRASSER, F., VAN DER HEIJDEN, M. und WILLER, H. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel. Beiträge zur 10. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Bd. 2, Berlin, S. 312-315. <http://orgprints.org/14015/>
- BUDER, F. und HAMM, U.: Dynamik des Kaufverhaltens bei Öko-Produkten. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 316-319. <http://orgprints.org/15931/>

- GILLES, U., HAMM, U. und RIEFER, A.: „Hauptsache, es schmeckt“ – der Einfluss von Jugendlichen auf den Öko-Lebensmittelkonsum in Familien. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 320-323. <http://orgprints.org/14019/>
- RIEFER, A. und HAMM, U.: Veränderungen der Konsumintensität von Öko-Lebensmitteln in Haushalten mit Kindern. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 324-327. <http://orgprints.org/14018/>
- PLAßMANN, S., HAMM, U. und SAHM, H.: Preiskennntnis und Zahlungsbereitschaft bei Verbrauchern von Öko-Lebensmitteln. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 328-331. <http://orgprints.org/14053/>
- JANSSEN, M., HEID, A., und HAMM, U.: Sind Low-Input-Lebensmittel für deutsche Verbraucher attraktiv? In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 332-335. <http://orgprints.org/14020/>
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Informationsverhalten der Konsumenten und ethische Werte ökologischer Lebensmittel. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 340-341. <http://orgprints.org/14016/>
- BICKEL, M., MÜHLRATH, D. und ZANDER, K.: Kaufmotive und Zahlungsbereitschaften für Erzeuger-Fair-Milch-Produkte der Upländer Bauernmolkerei. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 352-355. <http://orgprints.org/14196/>
- ZENKE, S., RAHMANN, G., HAMM, U. und EUEN, S.: Ökologische Ziegenfleischproduktion – Möglichkeiten und Grenzen. In MAYER, J. et al. (Hrsg.): Werte – Wege – Wirkungen: Biolandbau im Spannungsfeld zwischen Ernährungssicherung, Markt und Klimawandel, Bd. 2, Berlin, S. 384-387. <http://orgprints.org/17019/>
- PLAßMANN, S. und HAMM, U.: Kaufbarriere Preis? Analyse von Zahlungsbereitschaft und Kaufverhalten bei Öko-Lebensmitteln. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2009. (Volltext abrufbar unter <http://orgprints.org/15745/>).
- HAMM, U., PLAßMANN, S. und SAHM, H.: Preiskennntnisse und Zahlungsbereitschaften für Milchprodukte aus ökologischem Landbau. In: Deutsche Molkereizeitung (dmz), 130. Jg. (2009), Nr. 1, S. 22-24.
- HAMM, U., PLAßMANN, S. und SAHM, H.: Wie viel dürfen Öko-Milchprodukte kosten? In: Ökologie und Landbau, 37. Jg. (2009), Nr. 1, S. 42-43.
- HAMM, U.: Öko-Markt: Die Chancen sind noch nicht ausgereizt. In: Top Agrar, Jg. 2009, Nr. 3, S. 32-36.
- HEID, A. und JANSSEN, M.: Verpasste Chancen? In: Biowelt, Jg. 2009, Nr. 2, S. 68-69.
- JANSSEN, M. und HEID, A.: Öko-Qualitätsmerkmale besser kommunizieren. In: Ökologie und Landbau, 37. Jg. (2009), Nr. 2, S. 44-46.
- BUDER, F. und HAMM, U.: Sortiment: Potenziale für die Optimierung. In: Biohandel, Jg. 2009, Nr. 5, S. 18-21 (<http://www.biohandel-online.de/HTML/aktuelles/ak20090506.shtml>).
- HAMM, U.: Ein Fehler – Die ZMP-Abwicklung kostet Markttransparenz. Interview in: Biorecht, Jg. 2009, Nr. 2, S. 10-11.
- HAMM, U.: ZMP-Abwicklung ist ein Fehler. In: Biowelt, Jg. 2009, Nr. 5, S. 32-33.
- OBERLE, M., AAS, M., HAMM, U. und LASNER, T.: Ökonomische Auswirkungen der Umstellung auf ökologische Erzeugung in der Karpfenteichwirtschaft. In: Schriftenreihe der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Jg. 2009, Heft 7, S. 51-53.
- ASCHEMANN-WITZEL, J.: Joghurt – Nutrition and Health Claims. In: Molkereiindustrie, Jg. 2009, Nr. 7, S. 18-19.

- HEID, A., JANSSEN, M. und HAMM, U.: Die Marktnische zwischen „öko“ und „konventionell“ – ein interessanter Spagat zwischen Ökologie und Ökonomie. In: Milchnews, Jg. 2009, Nr. 5, S. 43-45.
- ZANDER, K.: Kunden honorieren Mehrwert. In: Bioland, Jg. 2009, Nr. 11, S. 36-37.
- ZANDER, K. und HAMM, U.: Ethische Werte aus der Sicht der Verbraucher – Das Beispiel von Lebensmitteln aus ökologischer Produktion. Tagungsbeiträge zur 49. Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus. URL: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/53963/2/v24korrigiert.pdf>
- LASNER, T. und HAMM, U.: Der deutsche Markt für Öko-Fische: Welcher Fisch kommt auf den Tisch? In: Ökologie und Landbau, 37. Jg. (2009), Nr. 3, S. 22-23.
- ZANDER, K.: Ethische Werte ökologischer Lebensmittel und ihre Kommunikation an Verbraucher. In: LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Bio-Lebensmittel. Hamburg, 19. Ergänzungslieferung, Kap. VI.5c.
- SPILLER, A., PLAßMANN, S. und HAMM, U.: Die Janusköpfigkeit der Preispolitik. In: LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Bio-Lebensmittel. Hamburg, 19. Ergänzungslieferung, Kap. VI.4.
- LASNER, T.: Fischerei als Forschungsgegenstand der Soziologie. In: Fischer&Teichwirt, Jg. 60 (2009), Nr. 3, S. 90.
- LASNER, T.: Die Rolle der Seen- und Flussfischer in der zukünftigen Fischereipolitik. In: Fischerei&Fischmarkt in Mecklenburg-Vorpommern, Jg. 9 (2009), Nr. 4, S. 30-32.

2008

- ZANDER, K. und HAMM, U.: Präferenzen von Konsumenten für ethische Werte ökologischer Lebensmittel. In: Tagungsband zur 18. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie, Wien 2008, S. 95-96.
- ASCHEMANN, J. and HAMM, U.: Determinants of choice regarding food with nutrition and health claims. In: Proceedings of the 12th International Congress of the European Association of Agricultural Economists 2008, Ghent, Belgium. URL: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/44012/2/376.pdf>
- RIEFER, A. and HAMM, U.: Changes in families' organic food consumption. In: Proceedings of the 12th International Congress of the European Association of Agricultural Economists 2008, Ghent, Belgium. URL: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/43653/2/005.pdf>
- ASCHEMANN, J., MAROSCHECK, N. und HAMM, U.: The EU health claims regulation and its impact on the marketing of organic food. <http://orgprints.org/15069/> In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., ALFÖLDI, T., LOCKERETZ, W., THOMMEN, A., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., VAARST, M., LUECK, L., CAPORALI, F., JENSEN, H.H., MIGLIORINI, P. and WILLER, H. (eds.): Cultivating the future based on science – Proceedings of the second scientific conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2008, p. 268-271.
- MAROSCHECK, N., ASCHEMANN, J. und HAMM, U.: Die Wirkungen von gesundheitsbezogenen Aussagen (Health Claims) auf das Kaufverhalten: Unterschiede zwischen ökologischen und konventionellen Lebensmitteln [The impact of health claims on buying behaviour: Differences between organic and conventional foods]. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2008. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/16643/>
- RIEFER, A. und HAMM, U.: Juveniles' organic food preferences and how parents deal with them. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., ALFÖLDI, T., LOCKERETZ, W., THOMMEN, A., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., VAARST, M., LUECK, L., CAPORALI, F., JENSEN, H.H., MIGLIORINI, P. and WILLER, H. (eds.): Cultivating the future based on science – Proceedings of the second scientific conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2008, p. 290-293. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/11789/>

- ASCHEMANN, J. and HAMM, U.: Information acquisition behaviour of fair-trade coffee consumers – a survey by means of an information display matrix. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., ALFÖLDI, T., LOCKERETZ, W., THOMMEN, A., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., VAARST, M., LUECK, L., CAPORALI, F., JENSEN, H.H., MIGLIORINI, P. and WILLER, H. (eds.): Cultivating the future based on science – Proceedings of the second scientific conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2008, p. 338-341. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/11688/>
- NIESSEN, J. and HAMM, U.: Identifying the gap between stated and actual buying behaviour on organic products based on consumer panel data. In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., ALFÖLDI, T., LOCKERETZ, W., THOMMEN, A., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., VAARST, M., LUECK, L., CAPORALI, F., JENSEN, H.H., MIGLIORINI, P. and WILLER, H. (eds.): Cultivating the future based on science – Proceedings of the second scientific conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2008, p. 346-349. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/11998/>
- LEIFERT, C., KÖPKE, U., BONDE, M., STANLEY, R., HAMM, U., WYSS, G., ÖLMEZ, H., BENBROOK, C., HAJLSLOVA, J., LUECK, L. and COOPER, J.: Safety of foods from organic and low input farming systems. <http://orgprints.org/13674/> In: NEUHOFF, D., HALBERG, N., ALFÖLDI, T., LOCKERETZ, W., THOMMEN, A., RASMUSSEN, I.A., HERMANSEN, J., VAARST, M., LUECK, L., CAPORALI, F., JENSEN, H.H., MIGLIORINI, P. and WILLER, H. (eds.): Cultivating the future based on science – Proceedings of the second scientific conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR), Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2008, p. 832-835. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/13674/>
- ZANDER, K. and HAMM, U.: Communication of ethical values in organic farming. In: ALFÖLDI, T., CAPORALI, F., HALBERG, N., HERMANSEN, J., JENSEN, H.H., LOCKERETZ, W., LUECK, L., MIGLIORINI, P., NEUHOFF, D., RASMUSSEN, I.A., SORENSEN, N., THOMMEN, A., THORSTAD, D., VAARST, M. and WILLER, H. (eds.): Cultivate the future. Proceedings of the 16th IFOAM organic world congress. Bonn 2008. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/14001/>
- NIESSEN, J.: Öko-Lebensmittel in Deutschland. Möglichkeiten und Grenzen der Trackingforschung auf dem Markt für Öko-Lebensmittel – Analyse von Wellenerhebungen innerhalb eines Verbraucherpanels. Dissertation Universität Kassel. Studien zum Konsumentenverhalten Bd. 16, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2008.
- HAMM, U., LIEBING, R. und RICHTER, T.: Bio sucht Bauer! In: Ökologie und Landbau, 36. Jg. (2008), Nr. 3, S. 14-17.
- ASCHEMANN, J., HAMM, U. und RIEFER, A.: Lebensmittelpreise: Wie teuer sind Öko-Produkte wirklich? In: Ökologie und Landbau, 36. Jg. (2008), Nr. 2, S. 39-42.
- HAMM, U.: Milchquoten einmal anders. In: ZMP Mafo Briefe, Jg. 2008, Februar, S. 2.
- RIEFER, A.: Frisch ins Glas – Verbraucheranforderungen an die Verarbeitung von Babykost aus Öko-Gemüse. In: Biowelt, Jg. 2008, Nr. 6, S. 14.
- MAROSCHECK, N.: Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben – Wie reagieren die Kunden? Erste Untersuchungsergebnisse zum Einfluss von gesundheitsbezogenen Angaben auf das Kaufverhalten bei Öko-Lebensmitteln. In: Flüssiges Obst, Jg. 2008, Nr. 6, S. 278-281.
- HAMM, U.: Der Preisabstand ist gesunken. Interview in: Schrot und Korn, Jg. 2008, Nr. 9, S. 11.
- HAMM, U.: Gesucht: Bio-Bauern! Interview in: Top agrar, Jg. 2008, Nr. 9, S. 11.
- HAMM, U. und RIPPIN, M.: Und er wächst doch: Der Öko-Lebensmittelmarkt im 1. Halbjahr 2008. In: Ein Herz für Bio – Bio im Lebensmitteleinzelhandel, Oktober 2008, S. 8-9.
- ASCHEMANN, J.: Information search behaviour of German fair trade coffee consumers: Results of an empirical study. In: Ecology and farming, no. 43, p. 37-38.
- ASCHEMANN, J. und MAROSCHECK, N.: Wirkung von Claims auf die Kaufentscheidung bei Lebensmitteln. In: Ernährung im Fokus, 8. Jg. (2008), Nr. 11, S. 406-411. <http://orgprints.org/11507/>
- HAMM, U.: Regional und Bio wäre die Kür. Interview in: Stadt Zeit Kassel, 6. Jg. (2008), Nr. 29, S. 14-15.

2007

- HAMM, U., ASCHEMANN, J. und RIEFER, A.: Sind die hohen Preise für Öko-Lebensmittel wirklich das zentrale Problem für den Absatz? In: Berichte über Landwirtschaft Bd. 85, S. 252-271. Online verfügbar unter: http://www.bmelv.de/cln_182/cae/servlet/contentblob/1068842/publicationFile/65323/2007_Heft2_Band85.pdf
- HAMM, U.: Verbraucherakzeptanz von Öko-Fleischwaren ohne Nitritpökelsalz. In: Fleischforschung und Entwicklung der Zeitschrift Fleischwirtschaft, Jg. 2007, Nr. 11, S. 122-126.
- HAMM, U. and WILD, S.: Assessing consumer acceptance of organic sausage products without curing agents. In: NIGGLI, U., LEIFERT, C., ALFÖLDI, T., LUECK, L. and WILLER, H. (eds.): Improving sustainability in organic and low input food production systems. Proceedings of the 3rd international congress of the European Integrated Project Quality Low Input Food (QLIF). Frick/Switzerland 2007, p. 38-41. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/9764/>
- STOLZ, H., HAMM, U. and STOLZE, M.: Applicability of analysis techniques to determine consumer behaviour. NIGGLI, U., LEIFERT, C., ALFÖLDI, T., LUECK, L. and WILLER, H. (eds.): Improving sustainability in organic and low input food production systems. Proceedings of the 3rd international congress of the European Integrated Project Quality Low Input Food (QLIF). Frick/Switzerland 2007, p. 42-45. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/10239/>
- HAMM, U. und WILD, S.: Wahrnehmung und Beurteilung von Verkaufsförderungsaktionen für Öko-Lebensmittel im allgemeinen Lebensmitteleinzelhandel. In: ZIKELI, S., CLAUPEIN, W., DABBERT, S., KAUFMANN, B., MÜLLER, T. und VALLE ZARATE, A. (Hrsg.): Zwischen Tradition und Globalisierung. Beiträge zur 9. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Band 2, Berlin 2007, S. 753-756. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/10352/>
- NIESSEN, J. und HAMM, U.: Diskrepanz zwischen Verbraucheraussagen und tatsächlichem Kaufverhalten bei Öko-Produkten in der Direktvermarktung. In: ZIKELI, S., CLAUPEIN, W., DABBERT, S., KAUFMANN, B., MÜLLER, T. und VALLE ZARATE, A. (Hrsg.): Zwischen Tradition und Globalisierung. Beiträge zur 9. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, Band 2, Berlin 2007, S. 765-768. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/9659/>
- HAMM, U.: Bio-Verbraucher – Welches Potenzial ist erschließbar? In: Schriftenreihe der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft, Jg. 2007, Nr. 15, S. 19-27. www.lfl.bayern.de/iem/oeko/28562/
- WILD, S. und HAMM, U.: Wirkungsanalyse von Verkaufsförderungsmaßnahmen bei Öko-Lebensmitteln in verschiedenen Einkaufsstätten. In: KUHLMANN, F. und SCHMITZ, P.M. (Hrsg.): Good Governance in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus Bd. 42, Münster-Hiltrup 2007, S. 327-335. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/15265/>
- NIESSEN, J. und HAMM, U.: Verknüpfung von Daten des tatsächlichen Kaufverhaltens mit Befragungsergebnissen über das bekundete Kaufverhalten und Einstellungen von Verbrauchern. In: KUHLMANN, F. und SCHMITZ, P.M. (Hrsg.): Good Governance in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus Bd. 42, Münster-Hiltrup 2007, S. 417-426; Volltext abrufbar unter: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/14966/1/cp06ni01.pdf>
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Strukturdaten ökologischer Betriebe. In: GOESSLER, R. (Hrsg.): Verkaufspreise im ökologischen Landbau 2005/2006 – Ökomarkt Jahrbuch 2007. Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP), Materialien zur Marktberichterstattung Bd. 68, S. 85-93.
- ASCHEMANN, J., HAMM, U., NASPETTI, S. and ZANOLI, R.: The organic market. In: LOCKERETZ, W. (ed.): Organic farming – an international history. Oxfordshire/UK and Cambridge/MA/USA: CAB International 2007, p. 123-151.
- HAMM, U.: Der kleine Ökomarkt ist relativ volatil. Interview in: Ernährungsdienst, 62. Jg. (2007), Nr. 8, S. 3.

- HAMM, U.: Rohstoffe – Wird Bio-Ware knapp? Pro und Kontra. In: Biohandel Jg. 2007, Nr. 3, S. 5 (Nur Pro-Part; Kontra-Part: Röder, E.).
- HAMM, U.: Biomilch – eine Perspektive? Interview in: Elite – Magazin für Milcherzeuger, Jg. 2007, Nr. 2, S. 5.
- HAMM, U. und ASCHEMANN, J.: Praxiskommentar über neue „Health Claim Verordnung“ erschienen. Buchbesprechung in: Ernährungsumschau, 54. Jg. (2007), Nr. 8, S. 493.
- LEIFERT, J. und HAMM, U.: Käse-Spezialitäten: So können sich Läden von der Konkurrenz abheben. In: Biohandel, Jg. 2007, Nr. 10, S. 53-58 (<http://www.biohandel-online.de/HTML/perspektiven/pp20071001.shtml>)
- HAMM, U. und RIPPIN, M.: Bio-Markt: Wachstum gebremst. In: Lebensmittelpraxis, 59. Jg. (2007), Nr. 19, S. 20-21.
- HAMM, U.: Der Öko-Boom – Strohfeuer oder nachhaltiger Trend? In: Ländlicher Raum, 58. Jg. (2007), Nr. 5/6, S. 146-148.
- ASCHEMANN, J.: Health Claims Verordnung: Was drin ist, muss auch drauf stehen. In: Ökologie und Landbau, Jg. 2007, Nr. 3, S. 17-19.

2006

- WILD, S. und HAMM, U.: Wirkungen von Maßnahmen der Verkaufsförderung und Sonderpreisaktionen für Öko-Lebensmittel im Handel. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2006. (Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/10445/>)
- NIESSEN, J. und HAMM, U.: Tiefenanalyse der realisierten Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln auf der Basis von Paneldaten. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Universität Kassel 2006. (Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/10394/>)
- BECK, A., DYLLA, R., EUEN, S., HAMM, U., LÜCKE, F.K., MARX, B. und WILD, S.: Pökelfleisch in Öko-Fleischwaren. Abschlussbericht zum gleichnamigen Forschungsprojekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Frankfurt/Main 2006. (Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/10466/>)
- HAMM, U. and ZANOLI, R.: The need for a long-term strategy for data collection on organic markets. In: ANDREASEN, C.B., ELSGAARD, L., SOERENSEN, S. and HANSEN, G. (eds.): Organic farming and European rural development, proceedings of the European Joint Organic Congress. Odense/Denmark 2006, p. 84-85.
- HAMM, U. and ZAKOWSKA-BIEMANS, S.: Improving organic market data collection by using the supply balance sheet approach. In: ANDREASEN, C.B., ELSGAARD, L., SOERENSEN, S. and HANSEN, G. (eds.): Organic farming and European rural development, proceedings of the European Joint Organic Congress. Odense/Denmark 2006, p. 682-683.
- HAMM, U. und WILD, S.: Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen. In: LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Bio-Lebensmittel, 7. Ergänzungslieferung, Hamburg 2006, Kap. VI-5b.
- RECKE, G. und HAMM, U.: Stand und Entwicklungsperspektiven für ein europäisches Marktinformationssystem für Öko-Produkte. In: BAHR, E., von CRAMON-TAUBADEL, S., SPILLER, A., THEUVSEN, L. und ZELLER, M. (Hrsg.): Unternehmen im Agrarbereich vor neuen Herausforderungen. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bd. 41, Münster-Hiltrup 2006, S. 613-614.
- HAMM, U., ASCHEMANN, J. und RIEFER, A.: Warum sind Öko-Lebensmittel teurer? In: Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW, Hrsg.): Nachgefragt: 25 Antworten zum Stand des Wissens rund um Öko-Landbau und Bio-Lebensmittel. 1. Aufl., Berlin 2006, S. 36-37; 2. Aufl. 2007, S. 36-37.
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Strukturdaten ökologischer Betriebe. In: GOESSLER, R. (Hrsg.): Verkaufspreise im ökologischen Landbau 2004/2005 – Ökomarkt Jahrbuch 2006. Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP), Materialien zur Marktberichterstattung Bd. 60, S. 228-237.

- ASCHEMANN, J. und HAMM, U.: Ökolebensmittel – Bald nur noch im Supermarkt? In:
 - UGB-Forum, 24. Jg. (2007), Nr. 1, S. 35-38.
 - Öko-Obstbau – Mitteilungen des Beratungsdienstes Ökologischer Obstbau, Weinsberg, Jg. 2007, Nr. 4, S. 24-26.
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Umsatzsteigerung für Öko-Lebensmittel bei fast 20%. In:
 - Ökomarkt Forum, 16. Jg. (2007), Nr. 29, S. 14-15,
 - ZMP Agrarwoche, 57. Jg. (2007), Nr. 30, S. 14-15 (leicht verändert),
 - <http://www.agromilagro.de/resources/UmsatzOeko2006.pdf>,
 - <http://www.oekolandbau.de/haendler/marktinformationen/biomarkt-deutschland/aktuelle-marktdaten/oeko-lebensmittelumsatz-in-deutschland-2006/>
- HAMM, U.: Die Globalisierung hat längst den Bio-Markt vereinnahmt. Interview in: Wissen (Hrsg. Süddeutsche Zeitung), Nr. 11, Jg. 2006, S. 31.
- HAMM, U.: Den Markt nicht dem Ausland überlassen. Interview in: Deutsche Bauern Korrespondenz, Jg. 2006, Nr. 7, S. 17.
- HAMM, U.: Umsatzdaten detailliert nach Absatzwegen. In: ZMP Ökomarkt Forum, Jg. 2006, Nr. 30, S. 14-15.

2005

- SCHMID, O., HAMM, U., RICHTER, T. and DAHLKE, A.: Marketing-Handbuch für landwirtschaftliche Vermarktungsinitiativen. Deutsche Übersetzung des Buches "A guide to successful organic marketing initiatives", erschienen in der Reihe "Organic marketing initiatives and rural development vol. 6", Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Frick/Schweiz 2005.
- HAMM, U.: How to build up international statistics on organic markets. In: KÖPKE, U., NIGGLI, U., NEUHOFF, D., CORNISH, P., LOCKERETZ, W. and WILLER, H.: Researching sustainable systems, proceedings of the 1st Scientific Conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR). Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2005, p. 356-359.
- HAMM, U. and WILD, S.: Assessing the effectiveness of sales promotions on organic products. In: KÖPKE, U., NIGGLI, U., NEUHOFF, D., CORNISH, P., LOCKERETZ, W. and WILLER, H.: Researching sustainable systems, proceedings of the 1st Scientific Conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAR). Bonn/Germany and Frick/Switzerland 2005, p. 360-363.
- HAMM, U.: Analysis of organic marketing initiatives in Europe (in koreanischer Sprache). In: Proceedings of the international conference "Organic farming and rural development", Organic Food Expo 2005, Uljin/Korea 2005, p. 162-182.
- NIESSEN, J.: Etablierung Panel basierter Marktforschung auf dem deutschen Öko-Markt. In: HEß, J. und RAHMANN, G. (Hrsg.): Ende der Nische, Beiträge zur 8. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Kassel, 2005, S. 471-474.
- WILD, S.: Die Wirkungen von Maßnahmen der Verkaufsförderung bei Öko-Lebensmitteln im Handel. In: HEß, J. und RAHMANN, G. (Hrsg.): Ende der Nische, Beiträge zur 8. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Kassel, 2005, S. 479-482.
- STOLZ, H.: Warum deutsche Verbraucher Einzelmerkmale des Öko-Landbaus stärker bevorzugen als das Gesamtsystem Öko-Landbau. In: HEß, J. und RAHMANN, G. (Hrsg.): Ende der Nische, Beiträge zur 8. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Kassel, 2005, S. 487-490.
- HAMM, U. und RECKE, G.: Aufbau eines europäischen Informationssystems für den Öko-Markt. In: HEß, J. und RAHMANN, G. (Hrsg.): Ende der Nische, Beiträge zur 8. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Kassel, 2005, S. 491-494.
- BICHLER, B., HAMM, U., NIEBERG, H. und RIPPIN, M.: Strukturdaten zum ökologischen Landbau: Welche Daten stehen zur Verfügung? In: HEß, J. und RAHMANN, G. (Hrsg.): Ende der Nische, Beiträge zur 8. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. Kassel, 2005, S. 503-504.

- HAMM, U. und WILD, S.: Produkt- und Preisdifferenzierung im Öko-Lebensmittelhandel. In: Landesanstalt für Entwicklung der Landwirtschaft und der ländlichen Räume Baden-Württemberg (Hrsg.): Prozess- und Produktionsqualität im Ökologischen Landbau – Landwirtschaftlicher Hochschultag der Universität Hohenheim 2005, Landinfo Nr. 4/2005, S. 46-50.
- HAMM, U. und RIPPIN, M.: Ungleiches Wachstum – Der Ökomarkt in Deutschland. In: AgrarBündnis (Hrsg.): Landwirtschaft 2005 – Der kritische Agrarbericht. Rheda-Wiedenbrück 2005, S. 120-125.
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Strukturdaten ökologischer Betriebe. In: GOESSLER, R. (Hrsg.): Verkaufspreise im ökologischen Landbau 2003/2004 – Ökomarkt Jahrbuch 2005. Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP), Materialien zur Marktberichterstattung Bd. 55, S. 216-224.
- HAMM, U.: Märkte für Produkte aus biologischer Landwirtschaft. In: Agrarische Rundschau, Jg. 2005, Nr. 5, S. 8-10.
- HAMM, U.: Öko-Schwemme aus dem Osten? In: Land und Forst, 158. Jg. (2005), Nr. 1, S. 22-24.
- HAMM, U.: Öko-Markt und EU-Erweiterung: Welche Herausforderungen bringt die Osterweiterung für deutsche Öko-Landwirte? In: Lebendige Erde, 56. Jg., Nr. 3, S. 12-14.
- ASCHEMANN, J.: Funktionelle Bio-Lebensmittel – Widerspruch oder Ergänzung? In: Ökologie und Landbau, Jg. 2005, Nr. 1, S. 32-34.

2004

- ZENNER, S.: Konsumentenverhalten bei der Nachfrage nach Lebensmitteln aus der Direktvermarktung – Eine verhaltenswissenschaftliche Analyse unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten. Dissertation Universität Kassel. Studien zum Konsumentenverhalten Bd. 1, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2004.
- SCHMID, O., HAMM, U., RICHTER, T. and DAHLKE, A.: A guide to successful organic marketing initiatives. Organic marketing initiatives and rural development vol. 6, Research Institute of Organic Agriculture, Frick/Switzerland 2004.
- HAMM, U. and GRONEFELD, F.: The European market for organic food: Revised and updated analysis. Organic marketing initiatives and rural development vol. 5. University of Wales, Aberystwyth/United Kingdom 2004.
- RECKE, G., HAMM, U., LAMPKIN, N., ZANOLI, R., VITULANO, S. and OLMOS, S.: Report on proposals for the development, harmonisation and quality assurance of organic data collection and processing systems (DCPS). Report D3 to the EU Commission for the project "European Information Systems for Organic Markets (EISfOM)". University of Kassel, Witzenhausen/Germany, August 2004. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/3281/>
- HEß, J., MEIER-PLOEGER, A. und HAMM, U.: GemüseSelbstErnte – Weiterentwicklung und Transfer sowie Ermittlung des Beitrags zur Gesundheitsförderung. Universität Kassel. Volltext abrufbar unter: <http://orgprints.org/5209/01/5209-02OE535-uni-kassel-hesz-2004-selbsternte.pdf>
- RECKE, G. und HAMM, U.: Daten- und Informationsmanagement im ökologischen Landbau in Europa. In: SCHIEFER, G., WAGNER, P., MORGENSTERN, M. und RICKERT, U. (Hrsg.): Integration und Datensicherheit – Anforderungen, Konflikte und Perspektiven. Referate der 25. Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik in der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft (GIL). Bonn 2004, S. 201-204.
- HAMM, U.: Problems and solutions for the collection of data on organic markets: experiences from previous research projects. In: RECKE, G., WILLER, H., LAMPKIN, N. and VAUGHAN, A. (eds.): Development of a European information system for organic markets – Improving the scope and quality of statistical data. Proceedings of the 1st EISfOM European seminar. Frick/Schweiz 2004, p. 26-29.

- HAMM, U., ASCHEMANN, J. and RECKE, G.: Results of group 5: Supply balance sheets. In: RECKE, G., WILLER, H., LAMPKIN, N. and VAUGHAN, A. (eds.): Development of a European information system for organic markets – Improving the scope and quality of statistical data. Proceedings of the 1st EISfOM European seminar. Frick/Schweiz 2004, p. 229-231.
- HAMM, U.: Analysis of the European organic food market and conclusions for market actors. In: SARAPATKA, B. (ed.): Abstract proceedings of the 4th European summer academy on organic farming. Lednice, Czech Republic 2004, p. 46-47.
- HAMM, U.: Rettet "Öko" die Ernährungskultur? In: Bundesamt für Naturschutz (Hrsg.): Ernährungskultur: Land(wirt)schaft, Ernährung und Gesellschaft – 26. Wissenschaftliche Tagung der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten. BfN-Skripte Nr. 123, S. 146-154.
- HAMM, U.: Perspektiven des Ökomarktes vor dem Hintergrund der Osterweiterung der EU. In: Einsiedel, R. (Hrsg.): Boden, Pflanze, Tier, Vermarktung – Tagungsband zum XXX. Fortbildungskurs zum Ökologischen Landbau. WLV Leipzig, S. 55-60.
- HAMM, U. und GRONEFELD, F.: Marktübersicht Europa. In: LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.): Praxishandbuch Bio-Lebensmittel. Hamburg 2004, Kap. V-1.
- HAMM, U. and GRONEFELD, F.: Analysis of the market environment for organic marketing initiatives. In: SCHMID, O., SANDERS, J. and MIDMORE, P. (eds.): Organic marketing initiatives and rural development. Organic marketing initiatives and rural development vol. 7, University of Wales, Aberystwyth/United Kingdom 2004, p. 17-37.
- SCHMID, O., SANDERS, J., SCHERMER, M. and HAMM, U.: Organic marketing initiatives and rural development: Conclusions and policy recommendations. In: SCHMID, O., SANDERS, J. and MIDMORE, P. (eds.): Organic marketing initiatives and rural development. Organic marketing initiatives and rural development vol. 7, University of Wales, Aberystwyth/United Kingdom 2004, p. 181-196.
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Strukturdaten ökologischer Betriebe - Erläuterung und Interpretation der Ergebnisse zur Landnutzung und Tierhaltung ökologisch wirtschaftender Betriebe. In: GOESSLER, R. (Hrsg.): Verkaufspreise im ökologischen Landbau. Materialien zur Marktberichterstattung der ZMP Bd. 51, 2004, S. 222-227.
- WILD, S. und HAMM, U.: Verkaufsförderung - Verkostung bringt größten Erfolg. In: Biohandel, Jg. 2004, Nr. 8, S. 18-20.
- HAMM, U. und RIPPIN, M.: Veränderte Rahmenbedingungen für den Öko-Landbau. In: - ZMP Ökomarktforum, 13. Jg. (2004), Nr. 44, S. 6-8
- ZMP AgrarWoche, Jg. 2004, Nr. 42, S. 2-3 (leicht gekürzte Fassung).
- HAMM, U.: Die Konkurrenz wächst. In: DLG-Mitteilungen, 119. Jg., Nr. 9, S. 67-69.
- HAMM, U.: Ungleichgewicht in Europa? – Welche Auswirkungen hat die EU-Osterweiterung? In: Ernte – Zeitschrift für Landwirtschaft und Ökologie, Jg. 2004, Nr. 3, S. 18-19.
- HAMM, U. und RIPPIN, M.: Der Markt für Öko-Lebensmittel steht vor großen Herausforderungen. In: Agra-Europe, 45. Jg. (2004), Nr. 30, Sonderbeilage S. 1-12.
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Öko-Markt: Erzeuger spüren erst allmählich den Umschwung. In: ZMP Agrarwoche, Jg. 2004, Nr. 33, S. 2-3.
- HAMM, U. und WILD, S.: Der Preis bestimmt den Absatz. In: Biohandel, Jg. 2004, Nr. 1, S. 8-13.
- HAMM, U.: Kosten senken und gemeinsam den Absatz fördern. In: Lebendige Erde, 55. Jg. (2004), Nr. 1, S. 17.

2003

- GRONEFELD, F. und HAMM, U.: Analyse des Öko-Lebensmittelmarktes in Europa. In: FREYER, B. (Hrsg.): Beiträge zur 7. Wissenschaftstagung zum Ökologischen Landbau "Ökologischer Landbau der Zukunft", Universität für Bodenkultur Wien 2003, S. 341-344.

- SCHMID, O., SANDERS, J., RADLINSKY, A., RICHTER, T., SCHERMER, M. und HAMM, U.: Entwicklung, Bedeutung und Erfolgsfaktoren von Bio-Vermarktungsinitiativen in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In: FREYER, B. (Hrsg.): Beiträge zur 7. Wissenschaftstagung zum Ökologischen Landbau "Ökologischer Landbau der Zukunft", Universität für Bodenkultur Wien 2003, S. 365-368.
- HAMM, U.: Vermarktung regionaler Produkte – Lange Vertriebswege. In: Deutsche Vernetzungsstelle Leader+ der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (Hrsg.): Vermarktung regionaler Produkte, Seminarbericht 4/2003, S. 39-46.
- HAMM, U. and GRONEFELD, F.: Market situation for organic livestock products in Europe. In: HOVI, M., MARTINI, A. and PADEL, S. (eds.): Socio-economic aspects of animal health and food safety in organic farming systems. University of Reading/UK 2003, p. 27-34.
- RIPPIN, M. und HAMM, U.: Strukturdaten ökologischer Betriebe - Erläuterung und Interpretation der Ergebnisse zur Landnutzung und Tierhaltung ökologisch wirtschaftender Betriebe. In: GOESSLER, R. (Hrsg.): Verkaufspreise im ökologischen Landbau. Materialien zur Marktberichterstattung der ZMP Bd. 44, 2003, S. 188- 196.
- GRONEFELD, F. und HAMM, U.: Wie die Öko-Märkte in Europa ausweiten? In: Stiftung Ökologie und Landbau (Hrsg.): Jahrbuch Öko-Landbau 2003. Bad Dürkheim 2003, S. 117-122.
- HAMM, U. und KOHLHOFF, K.: Umstellung auf Öko stagniert. In: Bauernzeitung, 44. Jg. (2003), Nr. 6, S. 13-15.
- HAMM, U.: Förderung des ökologischen Landbaus - aber wie? In: Bildung und Beratung, 56. Jg. (2003), Nr. 1, S. 14-19.

Fortlaufend:

- LEITZMANN, C., BECK, A., HAMM, U. und HERMANOWSKI, R. (Hrsg.):
Praxishandbuch Bio-Lebensmittel. Behr's Verlag Hamburg, Grundwerk 2004.
- 1. Ergänzungslieferung, August 2004
 - 2. Ergänzungslieferung, November 2004
 - 3. Ergänzungslieferung, März 2005
 - 4. Ergänzungslieferung, August 2005
 - 5. Ergänzungslieferung, Dezember 2005
 - 6. Ergänzungslieferung, Februar 2006
 - 7. Ergänzungslieferung, Juni 2006
 - 8. Ergänzungslieferung, Oktober 2006
 - 9. Ergänzungslieferung, Februar 2007
 - 10. Ergänzungslieferung, August 2007
 - 11. Ergänzungslieferung, November 2007
 - 12. Ergänzungslieferung, Februar 2008
 - 13. Ergänzungslieferung, Juni 2008
 - 14. Ergänzungslieferung, September 2008
 - 15. Ergänzungslieferung, November 2008
 - 16. Ergänzungslieferung, Februar 2009
 - 17. Ergänzungslieferung, Juni 2009
 - 18. Ergänzungslieferung, September 2009
 - 19. Ergänzungslieferung, November 2009
 - 20. Ergänzungslieferung, Februar 2010
 - 21. Ergänzungslieferung, Mai 2010
 - 22. Ergänzungslieferung, August 2010
 - 23. Ergänzungslieferung, Dezember 2010
 - 24. Ergänzungslieferung, April 2011
 - 25. Ergänzungslieferung, Juni 2011
 - 26. Ergänzungslieferung, August 2011
 - 27. Ergänzungslieferung, November 2011
 - 28. Ergänzungslieferung, Februar 2012

Unveröffentlichte Gutachten und Forschungsberichte

- HAMM, U. und WILD, S.: Evaluierung der Wirkung von Anzeigenmotiven auf Verbraucherinnen im Rahmen der „Kampagne zur allgemeinen Information der Verbraucher zum Ökologischen Landbau“ im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau (Auftraggeber: BBDO Campaign GmbH Berlin) Kassel-Witzenhausen September 2004.
- KRISTENSEN, N.H., NIELSEN, T., HANSEN, M.W., HANSEN, A., MIDMORE, P., PADEL, S., SEYMOUR, C., FURUMAR, S., LE FLOC'H-WADEL, A., HAMM, U. and SHERWOOD, A.M.: The value adding process along the supply chain for organic agricultural products. Report to the EU Commission DG VI. Sevilla and Copenhagen, October 2004.