

DIE ANFERTIGUNG WISSENSCHAFTLICHER ARBEITEN -

EMPFEHLUNGEN UND FORMALE VORGABEN
DER PROFESSUR FÜR MARKETING UND
MEDIEN AN DER BAUHAUS-UNIVERSITÄT
WEIMAR

2. , ÜBERARBEITETE AUFLAGE

2007

DIE ANFERTIGUNG WISSENSCHAFTLICHER ARBEITEN -

EMPFEHLUNGEN UND FORMALE VORGABEN DER PROFESSUR FÜR
MARKETING UND MEDIEN AN DER BAUHAUS-UNIVERSITÄT WEIMAR

© Weimar, Januar 2007

Alle Rechte vorbehalten

Vorwort

Die Verfassung wissenschaftlicher Texte ist ein zentrales Element des Studiums; die Vermittlung entsprechender Kompetenzen entsprechend ein wichtiges Ziel der universitären Ausbildung. Wissenschaftliches Arbeiten ist dabei (wie ein weit verbreiteter Irrglaube behauptet) durchaus nicht nur für solche Studierenden von Interesse, die weiter gehende akademische Interessen verfolgen, etwa im Rahmen einer Promotion. Vielmehr spiegelt das Erstellen wissenschaftlicher Texte jene Schlüsselqualifikationen, um die sich beim Hochschulstudium alles dreht bzw. alles drehen sollte: **die Fähigkeit, komplexe Probleme und Aufgaben auf mittels einer konzeptionellen, analytischen Vorgehensweise beizukommen.** Und eine solche Kompetenz ist eben auch in der nicht weniger komplexen Marketingpraxis von unschätzbare Bedeutung.

In dieser Broschüre haben wir einige formale Vorgaben formuliert, die bei der Abfassung wissenschaftlicher Arbeiten an der Professur für Marketing und Medien **unbedingt zu beachten sind.** Dabei gilt folgender Grundsatz: Nicht alles, was hier nicht geregelt ist, ist auch erlaubt. Vielmehr gelten grundsätzlich die allgemeinen anerkannten Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens, die wir mit unserem Text nur **konkretisieren**, um eine Vergleichbarkeit der Arbeiten in unserem Fach zu ermöglichen.

Für Hinweise auf fehlerhafte, uneindeutige oder veraltete Informationen sind wir dankbar. Wir wünschen den Lesern und Leserinnen ein gutes Gelingen.

Teil A: Hinweise zum Vorgehen bei der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten

1 Ein Phasenmodell	6
2 Die häufigsten Fehler und ihre Vermeidung	12

Teil B: Formerfordernisse bei der Abfassung von Hausarbeiten und Bachelor-/Masterarbeiten

1 Allgemeine Formerfordernisse	17
1.1 Der Titel der Arbeit.....	17
1.2 Zur Gliederung der Arbeit	18
1.3 Die äußere Form der Arbeit.....	22
1.4 Zitate	22
1.5 Fußnoten	25
1.5.1 Allgemeines	25
1.5.2 Quellenangaben im Text	25
1.6 Literaturverzeichnis	26
1.6.1 Monographien	27
1.6.2 Zeitschriftenaufsätze	27
1.6.3 Beiträge in Sammelwerken	28
1.6.4 Dissertationen und Habilitationsschriften	28
1.6.5 Internet-Publikationen	28
2 Besondere Hinweise zur Erstellung von Hausarbeiten	30
2.1 Anfertigungszeitraum	30
2.2 Technische Anforderungen.....	30
2.3 Ordnungsschema	31
2.4 Titelblatt	31

3	Besondere Hinweise zur Erstellung von Bachelor-/ Masterarbeiten.....	32
3.1	Anfertigungszeitraum	32
3.2	Die Beratung	32
3.3	Technische Anforderungen	34
3.4	Ordnungsschema.....	34

Teil A: Hinweise zum Vorgehen bei der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten

1 Ein Phasenmodell

Bei dem Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit handelt es sich um eine herausfordernde Aufgabe, die nicht alleine das Fachwissen von Studierenden erfordert. Vielmehr erfordert die Langfristigkeit und Komplexität der Aufgabe ein prozessuales Vorgehen. Es ist nützlich, sich an den folgenden sieben Schritten zu orientieren:

(a) Erfassung der Problemstellung

Anhand der angegebenen Einstiegsliteratur sollte zunächst ein Überblick über das zu bearbeitende Thema gewonnen werden. Eine wichtige Hilfe in diesem Stadium kann oft der Griff zum *Handwörterbuch des Marketing*, zu *Vahlens Großem Marketing-Lexikon* oder einem anderen einschlägigen Sammelwerk sein (nicht aber: Wikipedia!). Dort findet sich entweder ein entsprechendes Stichwort oder ein Verweis, wodurch zum einen eine erste Orientierung über den Problembereich, zum anderen ein Einstieg in die weitere Literatursuche ermöglicht wird. In Bezug auf letztere lohnt sich auch ein kurzes Nachdenken über themenbezogene Schlagworte. Ziel dieser ersten Schritte sollte es sein, auf der Basis grundlegender Literatur die Problembreite und -tiefe der Themenstellung auszuloten.

(b) Zielsetzung der Arbeit

Nun sollte versucht werden, die Zielsetzung der Arbeit so weit wie möglich zu operationalisieren. Dies kann z.B. durch die Formulierung zentraler Fragen geschehen. Die so entstandenen Problemkomplexe sind danach zu gewichten und bilden dann bereits die Grundlage für eine Grobgliederung. Der Zielsetzung der Arbeit kommt darüber hinaus eine grundlegende Bedeutung zu, da an ihr Stringenz und Problembezug sämtlicher Ausführungen beurteilt werden, die

wiederum zentrale Beurteilungskriterien für eine wissenschaftliche Arbeit darstellen.

(c) Literatursammlung

Die Suche der zu der zu bearbeitenden Fragestellung vorliegenden Literatur ist i.d.R. entscheidend für die Qualität der Argumentation (und die Note der Arbeit!). Die Einbeziehung bestehender Forschungsarbeiten in die eigene Ausarbeitung ermöglicht es dem Verfasser, komplexere und weiterführende Überlegungen anzustellen. Heute stellt allerdings die Literatursammlung weniger ein Findungsproblem als vielmehr ein Auswahlproblem dar, da zu nahezu allen Fragestellungen des Marketing eine Vielzahl von Ausarbeitungen existieren. **Allerdings unterscheiden sich die Qualität und somit der Wahrheitsgehalt dieser Ausarbeitungen gravierend!** Insofern stellt sich die Frage, welche Aussagen, die in der Literatur gefunden werden, als aussagekräftig eingestuft und entsprechend berücksichtigt werden können und sollen.

Große Bedeutung sollte bei der Literatursuche insbesondere **wissenschaftlichen Fachzeitschriften** beigemessen werden. Bei solchen Zeitschriften durchlaufen alle eingereichten Beiträge einen anonymisierten Begutachtungsprozess, bei dem jeder Aufsatz durch Fachexperten bewertet wird. Nur solche Beiträge, die von den Fachexperten als gut beurteilt werden, werden von der Zeitschrift dann veröffentlicht. Allerdings ist die Qualität dieses Begutachtungsprozess nicht einheitlich gut. In der folgenden Tabelle ist daher die wissenschaftliche Qualität der wichtigsten Fachzeitschriften im Bereich des Marketing aufgeführt, wobei jede Zeitschrift mit A+, A, B, C, D oder E bewertet wird (Quelle: Th. Hennig-Thurau, G. Walsh und U. Schrader: VHB-JOURQUAL: Ein Ranking von betriebswirtschaftlich-relevanten Zeitschriften auf der Grundlage von Expertenurteilen, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 56 Jg. (2004), September, S. 520-545). Sie können davon ausgehen, dass Beiträge, die in Zeitschriften erschienen sind, die eine A+ oder A-Bewertung haben, der Begutachtungsprozess sehr streng und Fehler entsprechend selten

sind. Bei Zeitschriften mit einer E-Bewertung ist hingegen ein Begutachtungsprozess kaum oder gar nicht vorhanden.

Rang	Titel	Wiss. Qualität gewichtet	Rating-Kategorie
1	Journal of Marketing Research JMR	9,737	A+
2	Marketing Science	9,736	A+
3	Journal of Marketing	9,539	A+
4	Journal of Consumer Research	9,393	A+
5	Journal of Applied Psychology	8,965	A
6	Journal of the Academy of Marketing Science	8,886	A
7	International Journal of Research in Marketing	8,885	A
8	Journal of Service Research	8,396	A
9	Journal of Retailing	8,393	A
10	Journal of International Marketing	8,227	A
11	Marketing Letters	8,172	A
12	Journal of Product Innovation Management	7,923	B
13	Psychology and Marketing	7,900	B
14	International Journal of Retailing	7,689	B
15	International Journal of Service Industry Management	7,539	B
16	Marketing. Zeitschrift für Forschung und Praxis ZFP	7,526	B
17	Journal of Consumer Satisfaction	7,517	B
18	Dissatisfaction and Complaining Behavior	7,503	B
19	Journal of Advertising Research JAR	7,389	B
20	Journal of Interactive Marketing	7,389	B
21	Journal of Consumer Psychology	7,368	B
22	Advances in Consumer Research	7,308	B
23	Journal of Strategic Marketing	7,282	B
24	Journal of Consumer Behaviour	7,245	B
25	Journal of Consumer Affairs	7,132	B
26	Academy of Marketing Science Review Online	7,068	B
27	Journal of Business-to-Business Marketing	6,927	C
28	International Marketing Review	6,913	C
29	European Journal of Marketing	6,901	C
30	Journal of Marketing Management	6,830	C
31	Industrial Marketing Management	6,789	C
32	Journal of Advertising	6,778	C
33	Proceedings of the American Marketing Association Summer/Winter Conferences	6,723	C
34	Journal of Services Marketing	6,723	C
35	International Journal of Advertising	6,609	C
36	Journal of Relationship Marketing	6,388	C
37	Journal of Business and Industrial Marketing	6,334	C
38	Journal of Marketing Theory and Practice	6,297	C
39	Journal of Product and Brand Management	5,979	D
40	International Journal of Market Research	5,798	D
41	Journal of Market Focused Management	5,748	D
42	Corporate Reputation Review	5,704	D
43	Industrial Marketing and Management	5,589	D
44	Journal of Consumer Marketing	5,565	D
45	Journal of Brand Management	5,130	D
46	Jahrbuch der Absatz und Verbrauchsforschung	5,055	D
47	Der Markt. Zeitschrift für Absatzwirtschaft und Marketing	4,976	E
48	Thesis	4,067	E

Rang	Titel	Wiss. Qualität gewichtet	Rating-Kategorie
48	Transfer. Werbeforschung und Praxis	3,917	E
49	Marketing Journal	3,154	E
50	Absatzwirtschaft. Zeitschrift für Marketing	2,872	E
51	Marketing News	2,205	E

An dieser Stelle sei noch darauf hingewiesen, dass man sich davor hüten sollte, jede Literaturstelle **mit gleicher Intensität** durchzuarbeiten. Eine disziplinierte Unterscheidung von Literaturbeurteilung (Vorwort, Verfasserangaben, Gliederung), Querlesen und intensivem Durcharbeiten erspart viel Zeit und ermöglicht eine Konzentration auf für die Problemstellung zentrale Arbeiten.

Ist die interessierende Literatur beschafft, muss sie auch problemadäquat „weiterverarbeitet“ werden. Hier sollen deswegen in sieben Punkten Kriterien zur Analyse wissenschaftlicher Texte aufgezeigt werden. Das folgende Schema soll den Schritt vom bloßen Lesen zur **kritischen Reflexion** des Gelesenen und damit zur Einordnung in das bisherige Wissen erleichtern, wobei ein derartiges Vorgehen nicht so sehr bei Lehrbüchern als vielmehr bei der Erarbeitung neuer wissenschaftlicher Ergebnisse und Gedanken ergiebig erscheint.

Eine solche kritische Reflexion beinhaltet stets die grundlegende Anforderung, Geschriebenes nicht unkritisch mit „Wahrem“ gleichzusetzen, sondern jeweils die Sinnhaftigkeit der jeweiligen Ausführungen zu prüfen! Im Hinblick auf die Rezeption von Zeitschriftenaufsätzen kann dabei wie gesagt der wissenschaftliche Stellenwert der jeweiligen Publikation Hinweise liefern.

- **Zielsetzung der Arbeit:** Hierüber gibt meist ein Vorwort oder eine Einführung, ergänzt durch einen Blick in die Inhaltsangabe, Auskunft.
- **Grundzüge des Inhalts, Aufbau und Gliederung:** Nach Punkt 1. sollte spätestens hier überlegt werden, ob die vorliegende

Literaturquelle insgesamt und/oder welche Stellen daraus im Einzelnen mit welchem Gewicht (Querlesen oder intensives Durcharbeiten) ausgewertet werden sollen. Andererseits geben gerade Gliederungen relevanter Veröffentlichungen oft wichtige Anstöße zur Strukturierung eigener Fragestellungen.

- **Kernaussagen:** Hier sollte klar unterschieden werden zwischen Fakten, die der betreffende Autor erarbeitet hat, und den daraus gezogenen Schlüssen bzw. Stellungnahmen. Außerdem sollte überlegt werden, ob die Aussagen neu sind und wo in der Literatur ähnliche und wo gegensätzliche Aussagen neu zu finden sind. Dabei bieten Zusammenfassungen des Autors oft schnelle Informationsmöglichkeiten.
- **Denkrichtung (Denkschule) des Verfassers:** Insbesondere bei Dissertationen ist die Einordnung einer Arbeit in eine bestimmte Denkschule eine wichtige Orientierungshilfe. Hier ist z.B. zu klären, an welchem Lehrstuhl eine Dissertation geschrieben worden ist.
- **Methodisches Vorgehen:** Hier werden Fragen geklärt wie: Welche Art von Aussagen werden gemacht (deskriptive, explikative, prognostizierende, normative)? Wie ist demnach ein eventuelles Modell zu charakterisieren? In welcher Art generiert der Autor Erkenntnis (deduktiv, induktiv)?
- **Erklärungswert der Aussagen:** Handelt es sich um deterministische, stochastische oder tendenzielle Aussagen? Welchen Ort-/Zeit-Bezug haben die Aussagen? Wie steht es um den Realitätsbezug der gemachten Prämissen? Werden Aussagen anhand von Beispielen "beurteilt"? Werden die Aussagen empirisch überprüft? Geschieht dies in Übereinstimmung mit den Methoden der empirischen Forschung?
- **Offene Probleme:** Welche Probleme werden vom Autor explizit abgegrenzt? Handelt es sich hierbei um Kernbereiche der Problemstellung? Welche Probleme werden vom Autor implizit

umgangen? Stellen eventuell offene Fragen auch das gesamte Konzept des Autors in Frage? Welche Autoren haben sich mit den explizit oder implizit ausgeklammerten Fragenkomplexen beschäftigt und Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt?

(d) Feingliederung

Beim Aufstellen der endgültigen Gliederung ist insbesondere auf Konsistenz, Überschneidungsfreiheit und jegliche Entwicklung des Gedankenganges zu achten. Die weitere Stoff- und Gedankensammlung wird erleichtert, wenn für jeden Gliederungspunkt ein eigenes Blatt angelegt wird, auf dem bereits in Stichworten der Gedankengang erarbeitet und Literaturhinweise fortwährend festgehalten werden.

(e) Kritische Reflexion

Um die notwendige Distanz zur Literatur zu bekommen, erscheint es in diesem Stadium empfehlenswert, die direkte Literaturarbeit einige Zeit ruhen zu lassen und das bis dahin Erarbeitete kritisch und unter Prüfung eigener Ideen zu reflektieren.

(f) Schriftliche Ausarbeitung

Je genauer und konsequenter bei Punkt (e) gearbeitet wurde, umso leichter fällt die Formulierung der Arbeit. Die meisten inhaltlichen Fehler sind folgender Art:

- Die jeweilige Formulierung trifft nicht genau das, was man sagen möchte. Lautes Formulieren kann hier eine Hilfe sein.
- Die Begründungen der einzelnen Aussagen sind nicht sorgfältig und nicht stichhaltig.
- Die Ausführungen sind nicht stringent bzw. haben keinen direkten Bezug zur Fragestellung.
- Literaturmeinungen werden kritiklos übernommen bzw. die implizite und/oder explizite Kritik der erwähnten Literaturmeinungen kommt zu kurz.

Weitere inhaltliche Fehler, die oft gemacht werden, sind im nachfolgenden Punkt 2.2. aufgelistet. Im Übrigen spart man sich viel Zeit und Mühe, wenn man - was überraschenderweise oft auf einen zweiten Arbeitsgang verschoben wird - im Verlauf der Ausarbeitung auch gleich die Fußnoten miterarbeitet.

(g) Sorgfältige Nachbearbeitung

Wie bereits während des Fertigstellungsprozesses sollte die Arbeit auch danach **äußerst sorgfältig durchgelesen** und auf mögliche Fehler (z.B. Tippfehler, Rechtschreibfehler) und systematische Unstimmigkeiten hin überprüft werden. Besonderer Wert sollte darauf gelegt werden, ob sämtliche Ausführungen in einem nachvollziehbaren Zusammenhang zu der Arbeit liegenden Problemstellung stehen und somit jeweils einen Beitrag zur Zielerreichung des Autors bzw. der Autorin leisten. Ist das nicht der Fall, muss die Arbeit (auch wenn es schwer fällt) nachbearbeitet werden! Bedenken Sie: **Die formale Anmutung der Arbeit dient dem Leser als Indikator für die inhaltliche Sorgfalt!**

2 Die häufigsten Fehler und ihre Vermeidung

Die Korrektur schriftlicher Arbeiten lässt erkennen, dass bestimmte Grundfehler immer wieder auftauchen. Die folgenden Anregungen sollen helfen, solche vermeidbaren Mängel seltener werden zu lassen:

1. **Präzisieren Sie** im Rahmen der Problemstellung so genau und operational wie möglich **die Zielsetzungen**, die Sie mit der Arbeit verfolgen. Wer nicht weiß oder sich nicht vor Augen führt, wohin er will, darf sich nicht wundern, wenn er an kein Ziel (oder ein nicht erwünschtes: z.B. eine schlechte Note) gelangt.
2. Wenn Sie eigene Meinungen äußern, **begründen Sie Ihre Auffassung**, nachdem Sie vorher die Aussagen anderer Autoren zum

selben Sachverhalt dargestellt und diskutiert haben. Schließen Sie sich also nicht bedingungslos und stillschweigend irgendeiner sog. "herrschenden Meinung" an (dies sollte aber auch nicht dazu führen, übermäßig häufige Floskeln wie „m.E.“ zu verwenden; insbesondere dann nicht, wenn bereits Literatur mit dieser Auffassung existiert).

3. Übernehmen Sie nicht die Ergebnisse empirischer Untersuchungen anderer Autoren, ohne die **Annahmen und Methoden** dieser Untersuchungen **geprüft zu haben**. Diskutieren Sie die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf Ihre Fragestellung und Ihren speziellen Untersuchungsbereich.
4. Sie werden auch den Anforderungen, die an eine kritische und eigenständige Problemabhandlung zu stellen ist, nicht gerecht, wenn Sie aus den Implikationen von Modellen anderer Autoren unmittelbar Handlungsempfehlungen ableiten. Beispiel: "Das Modell X des Verfassers Y zeigt, dass die Handlung U zu dem Ergebnis V führt. Dem Entscheidungssubjekt ist also zu empfehlen, sich in der und der Weise zu verhalten". Zunächst muss die Realgeltung bzw. zumindest die **Plausibilität der Prämissen des Modells**, aus denen sich die Implikationen ergeben, **geprüft werden**. Außerdem muss die **Übertragbarkeit** des Modells auf Ihre spezielle Problemstellung gewährleistet sein.
5. **Präzisieren Sie die Darstellungen von Literaturmeinungen**. Die Aussage beispielsweise, dass die Ergebnisse von Untersuchungen des Autors A "zu Hoffnungen" berechtigen, ist so lange ohne Wert, wie Sie nicht angeben, worauf sich diese Hoffnungen beziehen und weshalb sie gehegt werden.
6. Achten Sie darauf, dass Sie sich **genügend von der Literatur emanzipieren** (das ist wichtig, auch wenn Sie "nur" eine Hausarbeit verfassen)! Ein Mosaik aus Literaturstellen - auch wenn es in eigenen Worten wiedergegeben wird - ergibt keine befriedigende wissenschaftliche Arbeit. Es gibt zahlreiche mögliche Ansatzpunkte, um den eigenständigen "geistigen Input" des Verfassers

einzubringen, den eine wissenschaftliche Arbeit erfordert (siehe z. B. die Punkte 2, 3 und 4 dieser Aufzählung). Zugleich wird hier davor gewarnt, das Rad neu zu erfinden: Die Integration bestehender Erkenntnisse anderer Autoren in die eigenen Problemlösungsprozesse und Argumentationen stellt eine wesentliche Komponente wissenschaftlichen Arbeitens dar (also keine „Ignoranzstrategie“!).

7. Machen Sie sich klar, ob Ihre Aussagen
 - die Realität allgemein gültig **beschreiben** sollen (Deskription): "Die Marktforschung hat die Informationen für die Preisgestaltung geliefert";
 - einen **wünschenswerten Zustand** darstellen sollen (Empfehlung): "Die Marktforschung sollte die Informationen für die Preisgestaltung liefern" oder
 - eine **Möglichkeit** schildern sollen: "Die Marktforschung kann die Informationen für die Preisgestaltung liefern".
8. **Diskutieren Sie und definieren Sie Begriffe** nicht erst, nachdem Sie sie bereits kapitellang ohne nähere Erläuterung verwendet haben. Begriffliche und sachliche Klärungen, die für das Verständnis der weiteren Ausführungen grundlegend sind, gehören i.d.R. an den Anfang der Arbeit und nicht ans Ende!
9. Bedenken Sie stets, dass alle Ihre Aussagen so angelegt sein müssen, dass sie ein sachverständiger Dritter nachprüfen kann:
 - durch Nachvollziehen Ihrer Überlegungen: daher **Transparenz der Ausführungen**; präzise Erläuterungen der verwendeten Begriffe sowie lückenlose und stringente Argumentation;
 - durch Zurückgreifen auf die von Ihnen herangezogenen Gedanken bzw. Untersuchungsergebnisse anderer Autoren: daher **immer exakte Quellenangaben mit präziser Seitenzahl**;

- durch **genaue Angaben zu den verwendeten Untersuchungsmethoden**, insbesondere bei der Durchführung oder argumentativen Einbeziehung empirischer Arbeiten (z.B. Beschreibung der Stichprobe, der Erhebungs- und Auswertungsmethoden). Die Ergebnisse der Empirie sind nur dann etwas wert, wenn nachvollzogen werden kann, auf welche Weise sie zustande gekommen sind!

10. Es ist immer sehr unbefriedigend, wenn am Ende einer Problemdiskussion lapidar und global auf eine Lösungsmöglichkeit verwiesen wird. Beispiel: "Meine Überlegungen zeigen, dass einer Lösung des komplexen Problems nahezu unüberwindliche Schwierigkeiten entgegenstehen und dass alle bisherigen Lösungsversuche im Endeffekt gescheitert sind. Die Simulationsmethode kann hier weiterführen". Es ist zumindest nötig, dass Sie den **vorgeschlagenen Lösungsweg grob skizzieren und (an-) diskutieren**.

11. Überprüfen Sie immer wieder Ihren Untersuchungsgang im Hinblick auf Überschneidungsfreiheit, **logische Konsistenz und klare Gedankenfolge**. Betrachten Sie das folgende (Negativ-)Beispiel:

I. Theoretische Grundlagen

1. ...
2. ...
3. ...

4. Der Aufbau der empirischen Untersuchung

II. Empirische Untersuchung

1. ...
2. ...
3. ...

Derartige Brüche im Gedankengang stellen gravierende konzeptionelle Mängel schriftlicher Arbeiten dar.

12. Vermeiden Sie zu lange und zu verschachtelte Sätze. **Kurze Sätze** dienen der sprachlichen Klarheit und bergen weniger die Gefahr satzbaubedingter "schiefer" Aussagen.

13. Falls Sie einen **Anhang** verwenden, muss dieser inhaltlich an den Text durch Verweise angebunden sein (gleiches gilt im Übrigen für **Tabellen und Abbildungen!**).

Teil B: Formerfordernisse bei der Abfassung von Hausarbeiten und Bachelor-/Masterarbeiten

Die folgenden Ausführungen zielen darauf ab, die von Studierenden an der Professur für Marketing und Medien erbrachten Leistungen vergleichbar zu machen. **Sie sind verbindlich**; eine Nichteinhaltung hat i.d.R. **negative Auswirkungen** auf die Benotung der erbrachten Leistung.

Die Ausführungen lassen indes dem Verfasser wissenschaftlicher Arbeiten einen **erheblichen Gestaltungsspielraum** auch in formaler Hinsicht. Die folgenden Formerfordernisse streben nicht an, den Studierenden in ein zu enges formales „Korsett“ zu zwingen, das seine Ausdrucksmöglichkeiten über die Maßen einengt. Dies wäre auch insofern unsinnig, da die formale Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten jeweils mit der inhaltlichen Gestaltung abgestimmt werden muss und es in vielen Fällen kein „richtig“ und kein „falsch“ gibt. Wer also die Übernahme sämtlichen Nachdenkens in formaler Hinsicht erwartet, wird (und soll) von uns nicht zufrieden gestellt werden.

3 Allgemeine Formerfordernisse

3.1 Der Titel der Arbeit

Der **Titel der Arbeit ist vorgegeben** und darf nur in Abstimmung mit dem Betreuer geändert werden. Eine eigenständige, nicht mit uns abgestimmte Titeländerung durch den Bearbeiter kann dazu führen, dass die Arbeit nicht angenommen wird! Für die Bewertung der Arbeit wird stets der angemeldete Originaltitel zu Grunde gelegt, nicht eine mögliche „freie“ Titelwahl des Bearbeiters...

3.2 Zur Gliederung der Arbeit

Die Gliederung ist Teil der Arbeit und soll zeigen, wie das Thema verstanden und bearbeitet wurde. Sie muss daher den **logischen** Aufbau der Arbeit widerspiegeln und einen Überblick über den Inhalt der Arbeit geben. Die Gliederung muss zudem **formal** übersichtlich sein. Gliederungspunkte sind einzurücken, sodass der hierarchische Aufbau der Arbeit deutlich wird. Positionen, die in der Gliederung auf derselben Stufe stehen, müssen inhaltlich den gleichen Rang einnehmen und von einer gemeinsamen übergeordneten Problemstellung ausgehen.

Bei der Untergliederung ist unbedingt darauf zu achten, dass z. B. einem Unterpunkt 1.1 (oder a) auch ein **Unterpunkt** 1.2 (oder b) folgt. Dabei soll vermieden werden, dass die einzelnen Unterpunkte eine wortgetreue Wiederholung des übergeordneten Punktes darstellen. Dies gilt ganz allgemein: **keine Kapitelüberschrift sollte das Thema der Hausarbeit wiederholen**, denn ansonsten wären ja die Inhalte der übrigen Kapitel „überflüssig“. Die Positionen der Gliederung sind mit den entsprechenden Seitenangaben zu versehen; sie müssen mit den Überschriften der Abschnitte im Text übereinstimmen und deren Inhalt knapp, aber genau kennzeichnen.

Für die **Klassifikation der Gliederungspunkte** wird das dekadische System empfohlen.

Beispiel:

1. Einführender Teil	1
1.1 Begründung und Methode	1
1.2 Produkt als Gegenstand dieser Untersuchung	4
1.3 Problemstellung des Aktionsbereichs in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur	4
1.3.1 Gesamtwirtschaftliche Sicht	5
1.3.2 Einzelwirtschaftliche Sicht	5
1.3.2.1 Gesamtbetriebliche Orientierung	6
1.3.2.2 Absatzwirtschaftliche Orientierung	6
1.4 Teilbereiche der Produktpolitik	8

2. Aktionsrahmen der Produktpolitik
usw.

11

Die **Tiefe der Gliederung** hängt von Art und Länge der Arbeit ab. Aus der Gliederung soll die Gewichtung der einzelnen Teile der Arbeit bereits hervorgehen. So sollte der Hauptteil der Abhandlung stärker untergliedert werden und sollte räumlich mehr Platz einnehmen als dies z.B. im Grundlagenteil der Fall ist. Als Daumenregel gilt, dass ein Gliederungspunkt nicht kürzer als eine ½ Seite sein sollte. Im Text kann es darüber hinaus sinnvoll sein, zwischen einem Oberpunkt (z.B. 3.1) und dem nachgeordneten Unterpunkt (z.B. 3.1.1) verbindende und strukturierende Sätze einzufügen.

Das **Inhaltsverzeichnis** enthält nach der Gliederung auch Hinweise auf das Literaturverzeichnis und ggf. den Anhang (mit Seitenangaben), das Anhangsverzeichnis etc. (zu den einzelnen inhaltlichen Teilen einer Bachelor-/Master- bzw. Hausarbeit und ihrer Reihenfolge vgl. Punkt 2.2 bzw. 2.3). Diese Positionen sind aber nicht Teil der Gliederung und werden nicht hierarchisch durchnummeriert.

Abkürzungen, die nicht im allgemeinen Sprachgebrauch verwurzelt sind (Maßstab ist hier der Duden), müssen im Anschluss an die Gliederung in einem **Abkürzungsverzeichnis** erklärt werden. Anerkannt sind neben den im allgemeinen Sprachgebrauch verwurzelten Abkürzungen nur im Fachgebiet gebräuchliche Abkürzungen für Fachtermini (z. B. "TQM" für "Total Quality Management") oder z. B. auch für wissenschaftliche Zeitschriften (z. B. "JM" für "Journal of Marketing"). Nicht erlaubt sind Abkürzungen aus Bequemlichkeit (etwa "Market.instr." für "Marketinginstrumente").

Enthält die Arbeit Abbildungen und/oder Tabellen, muss ein **Abbildungs-** bzw. ein **Tabellenverzeichnis** erstellt werden.

Umfangreicheres Material wie größere tabellarische Darstellungen, Fotokopien, Ausdrücke statistischer Analyseverfahren bei empirischen Arbeiten etc. werden meist sinnvollerweise in einem **Anhang** der Arbeit

nachgestellt. Die einzelnen Bestandteile des Anhangs sind bezüglich Inhalt und Quelle deutlich zu kennzeichnen. Im laufenden Text ist an den entsprechenden Stellen auf den Anhang zu verweisen. Nicht in den Anhang gehören hingegen Tabellen oder Abbildungen, die eng mit der im Haupttext geschilderten Thematik verbunden sind: **Der Anhang ist kein Auffangbecken** für allgemeine Dinge, die in der Arbeit selbst zu viel Platz wegnehmen, sondern erfüllt eine spezielle Funktion!

Ein **Vorwort** sollte einer Arbeit nur in Ausnahmefällen vorangestellt werden, etwa wenn eine Danksagung für Hilfen (z. B. bei einer empirischen Arbeit) notwendig ist. Bedenken Sie, dass Haus- und Bachelor-/Masterarbeiten grundsätzlich **keine Öffentlichkeitswirkung** besitzen! Auch ist es **nicht angemessen**, sich bei Ihrem Betreuer für die geleistete Hilfestellung zu bedanken.

Der **erste Gliederungspunkt** sollte die folgenden drei Punkte beinhalten:

- Problemstellung
- Abgrenzung des Themas
- Gang der Untersuchung

Ziel der **Problemstellung** ist es, den Leser kurz mit der Themenstellung der Arbeit vertraut zu machen, die Relevanz der Untersuchung aufzuzeigen, sie ggf. in einen größeren Rahmen einzuordnen und insbesondere - hilfreich für Leser *und* Verfasser - das Ziel der Arbeit explizit zu formulieren. Letzteres hat nicht zuletzt auch für den Verfasser die wichtige Funktion, die weiteren Ausführungen vorzustrukturieren und bei der Literaturlarbeit Relevantes von Irrelevantem zu trennen.

Insbesondere bei relativ allgemein formulierten Problemstellungen (z.B. "*Die CI-Strategie im Investitionsgütermarketing*") kann eine explizite (sinnvolle und begründete!) **Abgrenzung des Themas** von hohem Nutzen sein; diese sollte in jedem Fall mit Ihrem Betreuer abgestimmt sein. Sie verdeutlicht dem Leser, welche Teilbereiche bei der gegebenen Themenstellung prinzipiell von Relevanz sind (*Identitätsbestimmung, Identitätsgestaltung, Identitätsvermittlung*) und welche von diesen

Teilbereichen in der Arbeit schwerpunktmäßig oder ausschließlich behandelt werden (z. B. *schwerpunktmäßig Identitätsvermittlung*) bzw. welche nicht. Die Abgrenzung ermöglicht es dem Verfasser, in der Bearbeitung des Themas eigene Akzente zu setzen. Arbeiten, die den Anspruch auf vollständige Abhandlung einer Problematik in allen denkbaren Schattierungen erheben, haben es zudem bisweilen schwer, die für als "wissenschaftlich" zu deklarierende Arbeiten gebotene inhaltliche Tiefe zu erreichen; dies gilt natürlich speziell für Hausarbeiten. Eine sinnvolle und begründete Abgrenzung des Themas stellt nicht zuletzt auch ein erstes Zeugnis der Fachkenntnis des Verfassers dar. Die Abgrenzung sollte deswegen nicht willkürlich nach den Präferenzen des Autors erfolgen, sondern inhaltlich sinnvoll sein, d. h. die Untersuchung sollte noch ein schlüssiges logisches Ganzes bilden. Sie muss zudem in jedem Fall mit dem Betreuer abgestimmt werden und (ggf. unter Hinweis auf entsprechende Literaturmeinungen) in der Arbeit stringent begründet werden (z. B. *"im Bereich Identitätsvermittlung sind am ehesten Spezifika der Investitionsgüterbranche zu erwarten"*; *"ist eine aktuell in der Öffentlichkeit häufig diskutierte Problematik im Kontext des sich verschärfenden Wettbewerbs"* usw., wobei jeweils relevante Literaturstellen als Beleg angegeben werden sollten).

Im Punkt **"Gang der Untersuchung"** sollte der Verfasser angemessen **kurz (!)** die grundlegenden Ablaufschritte der Untersuchung erläutern, indem der Stellenwert der einzelnen Kapitel im logischen Ablauf der Arbeit transparent gemacht wird (z.B. welche Kapitel aufeinander aufbauen). Die Ausführungen haben das Ziel, dem Leser (und Verfasser) die Untersuchungssystematik zu verdeutlichen und zu begründen.

Die Gliederung sollte die genannten Punkte inhaltlich abdecken, aber sie müssen nicht formal genannt oder unterschieden werden; insbesondere für Hausarbeiten ist dies i.d.R. nicht sinnvoll. Sie sollten im Rahmen von Bachelor-/Masterarbeiten in der Regel nicht mehr als 5 Seiten, im Rahmen von Hausarbeiten nicht wesentlich mehr als ca. 1-2 Seiten in Anspruch nehmen (alle Angaben sind nur als grobe Richtwerte zu verstehen; in Einzelfällen können Abweichungen durchaus sinnvoll sein).

Die abschließenden Gedanken einer Arbeit sind im **letzten Gliederungspunkt** festzuhalten. Dieser Punkt sollte zusammen mit der Einleitung eine logische Klammer um die Arbeit bilden und insbesondere im Hinblick auf die eingangs formulierte Zielsetzung der Arbeit die zentralen Ergebnisse der Untersuchung knapp zusammenfassen. Der Punkt sollte mit einer Überschrift versehen werden, die erkennen lässt, ob der Schwerpunkt des Kapitels eher in der Zusammenfassung der Ergebnisse, einer knappen Darstellung der zentralen Thesen des Verfassers oder einem Ausblick auf ungelöste Probleme liegt.

3.3 Die äußere Form der Arbeit

Es sollte **DIN A 4** Papier verwendet werden, das nur einseitig beschrieben werden darf. Arbeiten sollten in **Times New Roman** oder Arial in der Schriftgröße 12 Punkt verfasst werden. Abweichungen sind möglich, bedürfen aber der Abstimmung.

Die Arbeiten sind in **1,5-zeiligem Abstand** zu schreiben. Überschriften sind im Text durch größere Abstände herauszustellen. Der obere **Rand** sollte ca. 2,5 cm betragen, der untere Rand ca. 2 cm. Auf der linken und rechten Seite ist jeweils ein Rand von 2,5 cm frei zu lassen (Standardeinstellung von MS-Word).

3.4 Zitate

Die Verwendung von fremdem geistigen Eigentum, sowohl das wörtliche Zitat wie auch die sinngemäße Übernahme, ist **eindeutig kenntlich zu machen**. Jedes Zitat muss nachprüfbar sein. Einwandfreies Zitieren ist Ausdruck wissenschaftlicher Sorgfalt! Die Kenntlichmachung erfolgt durch eine hochgestellte Zahl am Ende des Zitates bzw. der Übernahme, die Quellenangabe in einer entsprechend gekennzeichneten Fußnote auf der betreffenden Seite (vgl. auch den Abschnitt 1.4.1.). Wörtliche Zitate werden ohne "vgl.", sinngemäße Ent- oder Anlehnungen werden durch ein vorangestelltes "vgl." zitiert. Seitenlange wörtliche oder sinngemäße Übernahmen sind grundsätzlich zu vermeiden. Zulässig sind

grundsätzlich auch Zitate mit Nennung des Verfassers innerhalb des Textes in Klammern (sog. Harvard-System). Wichtig ist dabei, dass die von der/dem Studierenden getroffene Entscheidung für eine **Zitierweise in der gesamten Arbeit konsequent und einheitlich** angewendet wird!

Wörtliche (direkte) Zitate werden stets in **Anführungszeichen** gesetzt. Zitate und Quellenangaben erfordern grundsätzlich buchstäbliche Genauigkeit, auch bei veralteten und falschen Schreibweisen oder Zeichensetzungen.

Änderungen des Quellentextes sind dabei kenntlich zu machen:

- **eigene Ergänzungen** werden in Klammern gesetzt und mit dem Hinweis „[Anm. d. Verf.]“ verdeutlicht,
- **Hervorhebungen** im zitierten Text sollten grundsätzlich übernommen werden; eigene Hervorhebungen sind mit einem Zusatz („Herv. durch d. Verf.“) zu kennzeichnen,
- die **Auslassung** eines (mehrerer) Wortes wird durch zwei (drei) Punkte [...] gekennzeichnet. Dies gilt auch, wenn ein Zitat mitten in einem Satz beginnt oder aufhört.

Wörtliche Zitate sollten kurz sein und eigene Formulierungen nicht ersetzen. Es ist zu beachten, dass nur wirklich zitatzwürdige Passagen zitiert werden und nicht Allgemeinwissen. Jedes Zitat muss außerdem daraufhin überprüft werden, ob es nicht - aus dem Zusammenhang gerissen - einen anderen als den ihm vom Autor gegebenen Sinn erhält. Längere Zitate sind nur angebracht, wenn es auf die Demonstration der im Zitat gewählten Formulierung ankommt.

Ein **sinngemäßes (indirektes) Zitat** liegt vor bei einer nicht wörtlichen Übernahme von Gedanken. Die Kennzeichnung dieser Ent- und Anlehnungen hat so zu erfolgen, dass der Umfang der jeweiligen Übernahme in eindeutiger Weise ersichtlich wird. Bei einem Zitat über 2 Seiten (z. B. S. 23 und 24) ist anzugeben: "S. 23f." oder "S. 23-24". Sofern sich die Ent- oder Anlehnungen auf mehrere aufeinander

folgende Seiten des zitierten Werkes beziehen, ist eine exakte Angabe der betreffenden Seitenzahlen in der Form „S. 123-130“ notwendig! **Nicht** zulässig ist eine Angabe in Gestalt von „S. 123ff.“.

Manchmal kann es auch sinnvoll sein, einer Textpassage zur Kennzeichnung der Übernahme einen einleitenden Satz voranzustellen, wie z. B.: "Die folgende Darstellung der Internetkommunikation lehnt sich an Hennig-Thurau/Hansen (2001) an".

Bei **Tabellen, Abbildungen sowie Zahlenangaben im Text** beginnt der Quellenhinweis mit "Quelle:" Mit einem Quellenhinweis sind auch solche Zahlen- und Sachangaben zu versehen, die nicht der Literatur entnommen, sondern z. B. durch persönliche Befragung in Erfahrung gebracht worden sind ("Quelle: Eigene Untersuchung" o. ä.).

Zitate innerhalb eines Zitates werden am Anfang und am Ende mit einem Apostroph ('...') versehen.

Bei wörtlichen **Fremdsprachenzitaten** müssen Übernahmen aus englischen Quellen nicht übersetzt werden. Wörtliche Zitate aus anderen Fremdsprachen sollten in einer Fußnote in ihrer Übersetzung angegeben werden. Bei jeder Übersetzung ist der Übersetzer anzugeben.

Grundsätzlich ist die Originalquelle zu zitieren, **Sekundärzitate** sind nur in Ausnahmefällen zulässig: Nur wenn das Originalwerk nicht zugänglich ist, kann nach einer Quellenangabe in der Sekundärliteratur zitiert werden. In diesem Fall ist in der Fußnote die Originalquelle vollständig zu nennen, außerdem ist mit dem Vermerk 'zitiert nach' auch die Sekundärquelle anzugeben.

Beispiel: vgl. Wirz, W.: Zur Logik des Qualitätsbegriffs, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Teil I, Band 104, 1915, S. 1-11. Zitiert nach: Brockhoff, K.: Produktpolitik, 2. Aufl., Stuttgart/New York 1988.

Ergänzende Verweise auf eine andere Stelle in der eigenen Arbeit oder auf Ausführungen anderer Autoren im wissenschaftlichen Schrifttum,

deren Meinung im Text nicht wiedergegeben wird, sind durch eine Erweiterung wie "vgl. vertiefend" oder "vgl. auch" zu kennzeichnen.

3.5 Fußnoten

3.5.1 Allgemeines

In Fußnoten sind die **Quellenangaben** sowie **sachliche Randbemerkungen** des Verfassers aufzunehmen. Denken Sie aber daran, dass Fußnoten aber **kein „Abfalleimer“** für solche Bemerkungen sind, für die der Verfasser ein Mitteilungsbedürfnis besaß, die aber nicht sachlich in den Text der Arbeit passten. Die Fußnoten sind durchzunummerieren und in einzeiligem Abstand in Schriftgröße 10 Punkt zu schreiben. Die Nummerierung der Fußnoten sollte durchlaufend sein.

3.5.2 Quellenangaben im Text

In der Fußnote bzw. (im Fall von Harvard-Zitationen) im Text werden der Autor, das Erscheinungsjahr und die Seitenzahlen zitiert.

Beispiel: Vgl. Berndt (1990, S. 12-16).

Wird in einer Arbeit mehr als eine Veröffentlichung desselben Autors aus einem Jahr herangezogen, so sind diese Veröffentlichungen durch eine alphabetische Erweiterung in Kleinbuchstaben zu kennzeichnen.

Beispiel: Vgl. Meffert (1988a, S. 19)

Vgl. Meffert (1988b, S. 34)

Wichtiges Leitprinzip ist, dass jede zitierte Quelle im Literaturverzeichnis eindeutig identifizierbar sein muss.

Ist eine zitierte Quelle von zwei oder drei Autoren verfasst, so sind **sämtliche Namen** auszuweisen. Hat ein Beitrag **mehr als drei Autoren**, so ist nur der erste Autor zu nennen ergänzt um den Hinweis „et al.“.

Beispiel: Vgl. Bruhn/Hennig-Thurau (2003)

Vgl. Heskett et al. (1990, S. 34)

3.6 Literaturverzeichnis

Das Literaturverzeichnis enthält sämtliche beim Verfassen der Arbeit herangezogenen Quellen (**und nur diese!**). Die Quellen sind in alphabetischer Reihenfolge nach Verfassern anzugeben (also Nachnamen zuerst angeben, z.B. Wimmer, Frank). **Bei allen Verfassern ist der Vorname aususchreiben** – Initiale [z.B. Wimmer, F. (1991):] sind **nicht zulässig!**

Mehrere Veröffentlichungen eines Verfassers werden entsprechend ihrem Erscheinungsjahr eingestellt (ältere Publikationen zuerst). Sind von einem Verfasser mehrere Publikationen desselben Jahrgangs zitiert worden, sind diese (wie bereits im Text; vgl. Kapitel 1.4.2. unter Punkt 1.) durch das Hinzufügen eines Buchstabens (z.B. 1997a, 1997b) zu kennzeichnen.

Im Literaturverzeichnis sind **grundsätzlich sämtliche Verfasser** eines zitierten Beitrages namentlich aufzuführen; eine Angabe des ersten Autors und der weiteren in Form von „et al.“ ist hier nicht zulässig! Eine verbreitete **Unsitte stellt die Angabe von akademischen Titeln** im Literaturverzeichnis dar (z.B. Meffert, Heribert, Prof. Dr. h.c.): Vermeiden Sie dieses unbedingt! Denken Sie daran: Zumindest im Literaturverzeichnis von wissenschaftlichen Texten sind alle Menschen gleich (der Hauptgrund für diese wissenschaftliche Konvention liegt darin, dass kein Autor über vollständige Information hinsichtlich des Bildungsstandes der von ihm zitierten Verfasser besitzt).

Im Literaturverzeichnis sind auch bei Schriften mit mehr als drei Verfassern alle Verfasser vollständig aufzuführen; eine Abkürzung mit „et al.“ ist hier nicht zulässig. Fehlt die Verfasserangabe, so ist die

Bezeichnung "o.V." voranzustellen bzw. (etwa bei Zeitungsveröffentlichungen) die jeweilige Zeitung zu nennen. Sofern das Erscheinungsjahr oder der Erscheinungsort nicht feststellbar sind, werden die Zusätze "o.J." (ohne Jahrgang) bzw. "o.O." (ohne Ort) beigelegt.

3.6.1 Monographien

Bei **monographischen Arbeiten** sind Verfasser, vollständiger Titel der Quelle, Nummer der benutzten Auflage (sofern mehrere Auflagen vorhanden sind), Verlagsort und Verlag anzugeben. Zusätzlich ist das Erscheinungsjahr der Quelle in Klammern zu nennen. Es ist auf eine **durchlaufend einheitliche Form der Angaben** innerhalb der Arbeit zu achten (z.B. nicht: Angabe des Verlages wenn bekannt, ansonsten weglassen).

Beispiel: Trommsdorff, Volker (2003): Konsumentenverhalten, 4. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer.

3.6.2 Zeitschriftenaufsätze

Zeitschriftenaufsätze sind im Literaturverzeichnis unter Angabe des Aufsatztitels, der Zeitschrift, des Zeitschriftenjahrgangs und –heftes sowie der Seitenzahl des Aufsatzes (nicht nur der zitierten Seiten!) aufzuführen. Bei englischen Artikeln müssen die Bezeichnungen Vol. (statt Jg.), No. (statt Heft) und pp. (statt S.) verwendet werden.

Beispiel: Meyer, Anton/ Mattmüller, Roland (1987): Qualität von Dienstleistungen: Entwurf eines praxisorientierten Qualitätsmodells, in: Marketing ZFP, 9. Jg. (Heft 3), S. 187-195.

Beispiel: Oliver, Richard L./ Rust, Roland T./ Varki, Sajeev (1997): Customer Delight: Foundations, Findings, and Managerial Insights, in: Journal of Retailing, Vol. 73 (No. 3), pp. 311-336.

3.6.3 Beiträge in Sammelwerken

Beiträge in Sammelwerken sind unter dem Verfassernamen des betreffenden Aufsatzes zu zitieren. Zusätzlich ist eine **genaue Seiten- („S.“) oder Spaltenangabe** („Sp.“) erforderlich.

Beispiel: Raffée, Hans (1985): Grundfragen und Ansätze des Strategischen Marketing, in: Raffée, Hans/ Wiedmann, Klaus-Peter (Hrsg.), Strategisches Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 3 – 33.

3.6.4 Dissertationen und Habilitationsschriften

Falls eine Dissertation oder Habilitationsschrift auch im Buchhandel erschienen ist, sollte die Buchhandelsausgabe benutzt und wie eine „normale“ Monographie zitiert werden. Ist eine Hochschulschrift indes nicht im Buchhandel erschienen, ist der Hochschulort und das Jahr der Promotion oder Habilitation wie folgt anzuführen:

Beispiel: Mustermann, Max (1997): Marketing für Tierärzte, Diss., Universität Oldenburg, Oldenburg.

3.6.5 Internet-Publikationen

Der Einbezug von Internet-Publikationen in wissenschaftliche Arbeiten stellt ein vergleichsweise junges Themenfeld der wissenschaftlichen Arbeit dar. Grundsätzlich gelten auch für Internet-Zitationen die Prinzipien der Nachvollziehbarkeit und der Einheitlichkeit. Folgende grundlegende Vorgehensweisen können unterschieden werden:

a) bei Aufsätzen in Internet-Zeitschriften, die über eine **ISBN- bzw. ISSN-Nummerierung** verfügen (z.B. Academy of Marketing Science Review), werden analog zu anderen Aufsätzen in Fachzeitschriften in das Literaturverzeichnis aufgenommen (vgl. die entsprechenden Ausführungen in Kap. 1.5.4.). Liegen die Aufsätze ausschließlich im HTML-Format vor, sollte ein Hinweis auf fehlende Seitenangaben gemacht werden („o.S.“).

b) bei **sonstigen Veröffentlichungen** im Internet, z.B. Beiträge in Diskussionsforen, Arbeitspapiere auf WWW-Seiten, gilt folgende Zitationsweise:

- **Inhalte von WWW-Seiten (soweit ein Autor bekannt ist):** Autor (Jahreszahl): Titel des Beitrags, genaue Angabe der Internet-Adresse, Angabe des Datums, an dem die Informationen angerufen wurden (z.B. 22.01.1998).

Beispiel: Hoffman, Donna L./ Novak, Thomas P. (1997): Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations, Working Paper No. 1 des Project 2000: Research Program on Marketing in Computer-Mediated Environments, <http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/cmepaper.revision.july11.1995/cmepaper.html>, abgerufen am 22.01.1998.

- **Inhalte von WWW-Seiten (wenn kein Autor bekannt ist):** Hier stehen Sie vor der Alternative, entweder die Institution zu nennen, auf deren Homepage die entsprechende Seite veröffentlicht worden ist (z.B. Deutsche Bank), oder die Stelle als „ohne Verfasser“ auszuweisen. Die Zitation sollte also wie folgt aussehen: Institution bzw. ohne Verfasser (Jahreszahl): Titel des Beitrags, genaue Angabe der Internet-Adresse, Angabe des Datums, an dem die Informationen angerufen wurden (z.B. 13.04.1996). Auch hier gilt das Prinzip der Einheitlichkeit und Kontinuität, d.h. eine einmal gewählte Vorgehensweise sollte bei allen entsprechenden Quellen angewendet werden.

Beispiel: Deutsche Bank (1997): Presseinformation der Deutschen Bank Bauspar AG, http://www.deutsche-bank.de/akt_mitt/bauspar/dbbs0111.htm, abgerufen am 10.11.1997.

bzw.

o.V. (1997): Presseinformation der Deutschen Bank Bauspar AG, http://www.deutsche-bank.de/akt_mitt/bauspar/dbbs0111.htm, abgerufen am 10.11.1997.

- **Beiträge in Diskussionsforen:** Autor (Jahreszahl): „Subject“ bzw. „Betreff“ des Beitrages, Angabe des Diskussionsforums, genaue Angabe des Datums, an dem der Beitrag versendet worden ist.

Beispiel: Olson, Eric M. (1998): RESPONSE - Research utilizing Balanced Scorecard, Beitrag in der Internet-Diskussionsrunde ELMAR, verfasst am 21.01.1998.

4 Besondere Hinweise zur Erstellung von Hausarbeiten

4.1 Anfertigungszeitraum

Der genaue Bearbeitungszeitraum der Hausarbeit ist mit dem jeweiligen Betreuer abzusprechen.

4.2 Technische Anforderungen

Hausarbeiten sind jeweils sowohl als gehefteter Ausdruck im Sekretariat der Professur für Marketing und Medien (Frau Daniela Hein, Zimmer 212) abzugeben als auch an die in der jeweiligen Veranstaltung angegebene Emailadresse als **PDF und Word-Dokument** zu emailen.

Der Umfang der Hausarbeiten darf bei Verwendung der o.a. Schriften **12 Seiten** einschließlich aller Abbildungen und Tabellen, jedoch ohne Inhalts- und Literaturverzeichnisse nicht überschreiten. Eine Überschreitung ist nur dann zulässig, wenn die mit dem Betreuer abgesprochen ist; ansonsten kann damit eine Verschlechterung der Hausarbeitsnote verbunden sein.

4.3 Ordnungsschema

Die Inhalte einer Hausarbeit sollten grundsätzlich nach folgendem grundlegenden Ordnungsschema angeordnet werden:

- Titelblatt
- Inhaltsverzeichnis
- (Abbildungsverzeichnis) [*nur für den Fall, dass Abbildungen verwendet werden*]
- (Tabellenverzeichnis) [*nur für den Fall, dass Tabellen verwendet werden*]
- (Abkürzungsverzeichnis)
- Haupttext
- Literaturverzeichnis
- (Anhangsverzeichnis)
- (Anhang)

Die Arbeit muss nicht zwangsläufig alle aufgeführten Teile enthalten. Ob die in Klammer gesetzten Inhalte notwendig sind, hängt vom Einzelfall ab. Außer dem Titelblatt sollten sämtliche Blätter fortlaufend nummeriert werden.

4.4 Titelblatt

Das Titelblatt von Hausarbeiten soll enthalten (vgl. auch das Muster in Anhang 1 dieser Broschüre):

- Die Bezeichnung des Betreuers und der entsprechenden Professur (oben links)
- Den Titel der Veranstaltung, in welcher die Hausarbeit angefertigt wird
- Den Titel der Hausarbeit
- Den Namen des Verfassers der Arbeit inkl. Matrikel-Nummer und Abgabedatum (links unten).

5 Besondere Hinweise zur Erstellung von Bachelor-/Masterarbeiten

5.1 Anfertigungszeitraum

Für Studierende des Bachelorstudiengangs Medienkultur beträgt der Bearbeitungszeitraum einer Bachelorarbeit 12 Wochen. Aus themenbezogenen Gründen ist eine Verlängerung bis auf 18 Wochen möglich. Für Studierende des Masterstudiengangs Medienmanagement beträgt der Bearbeitungszeitraum 4 Monate. Aus themenbezogenen Gründen ist eine Verlängerung bis auf 6 Monate möglich. Die Entscheidung für die Bearbeitungsdauer sollte in Absprache mit dem Betreuer getroffen werden. Eine Bearbeitungsdauer von 18 Wochen (Bachelor) bzw. 6 Monaten (Master) ist insbesondere bei empirischen Arbeiten sinnvoll. Der genaue Anmeldetermin der Bachelor-/Masterarbeit ist beim jeweiligen Dekanat zu erfragen.

5.2 Die Beratung

Während der Anfertigung der Bachelor-/Masterarbeit werden die Bearbeiter i.d.R. vom Inhaber der Professur und einem Assistenten betreut. Das Beratungsprogramm der Professur besteht aus folgenden Teilen:

1. Im Rahmen der **endgültigen Themenformulierung** hat der Bearbeiter die Möglichkeit, die Interpretation und Problemstellung des Themas sowie eventuell notwendige Abgrenzungen mit dem betreuenden Assistenten und ggf. dem Inhaber der Professur zu diskutieren.
2. Die Bearbeiter sollen einige Wochen nach Anmeldung der Bachelor-/Masterarbeit einen **ersten Gliederungsentwurf der Arbeit und eine ca. 1-seitige Einleitung** bei dem beratenden Assistenten einreichen. Gliederung und Einleitung werden mit den Bearbeitern diskutiert. Falls sinnvoll, kann eine **überarbeitete Fassung von Gliederung und Einleitung** nochmals dem Assistenten vorgelegt werden.

Anschließend werden Gliederung und Einleitung dem Inhaber der Professur zur Begutachtung vorgelegt.

3. Die **laufende Betreuung** dient dazu, mit dem betreuenden Assistenten im Laufe der Bearbeitung auftretende Probleme zu diskutieren. Allerdings sollte die Hilfestellung des Assistenten nur in einem der Themenstellung angemessenen Ausmaß in Anspruch genommen werden.
4. Den Bearbeitern wird als weitere Hilfestellung bei der Abfassung der Arbeit ein **Bachelor-/Masterkolloquium** angeboten. Die Studenten erhalten dort die Möglichkeit, gemeinsam mit anderen Bearbeitern von Bachelor-/Masterarbeiten, dem betreuenden Assistenten und dem Inhaber der Professur Probleme und inhaltliche Aspekte der Arbeit im Plenum zu diskutieren.

Bei **Inanspruchnahme der Beratung** durch die Professur bitten wir die Bearbeiter von Bachelor-/Masterarbeiten um Beachtung folgender Punkte:

- Die erste Fassung von Feingliederung und Einleitung sollte spätestens 3 Wochen nach Beginn der Bearbeitung vorliegen. Wenn dieser Richtwert überschritten wird, wird es in der Regel schwierig, die Arbeit in der vorgegebenen Frist fertig zu stellen.
- Um den Beratern ausreichend Zeit zur Einarbeitung in die Gedankengänge der Bearbeiter zu geben, sollten die vorgelegten Fassungen von Gliederung und Einleitung mindestens **zwei Tage vor der Sprechstunde** des zuständigen Betreuers im Sekretariat abgegeben werden bzw. diesem per Email zugeschickt werden. Bitte sprechen Sie dies mit Ihrem Betreuer ab.
- Die Begutachtung von Gliederung und Einleitung durch die Professur bedeutet weder, dass sie in der vorgelegten Fassung für die Bearbeiter verbindlich sind, noch dass sie von der Professur vorbehaltlos akzeptiert werden. **Die Beratung durch die Professur hat stets nur den Charakter einer Hilfestellung.**

5.3 Technische Anforderungen

Auch bezüglich der formalen Anforderungen an Bachelor-/Masterarbeiten gelten für jeden Studiengang unterschiedliche Regelungen, die im Prüfungsamt zu erfragen sind. Bachelor-/Masterarbeiten sollten gebunden und mit einem festen Einband versehen werden. **Unabhängig davon muss dem Betreuer eine Version der fertigen Arbeit als PDF-Dokument per Email zugesendet werden.**

Bei Verwendung gängiger Proportionalsschriften soll der Umfang einer Bachelorarbeit ca. 50 +-10 Seiten und der Umfang einer Masterarbeit ca. 60 +-10 Seiten betragen (inklusive Abbildungen und Tabellen, ohne Verzeichnisse). Von dieser Spannweite darf nur nach Rücksprache abgewichen werden; dies ist insbesondere bei empirischen Arbeiten angemessen.

5.4 Ordnungsschema

Die Inhalte einer Bachelor-/Masterarbeit sollten grundsätzlich nach folgendem grundlegenden Ordnungsschema angeordnet werden:

- Leeres Deckblatt
- Titelblatt
- Inhaltsverzeichnis
- (Abbildungsverzeichnis) [*für den Fall, dass Abbildungen verwendet werden*]
- (Tabellenverzeichnis) [*für den Fall, dass Tabellen verwendet werden*]
- Abkürzungsverzeichnis
- Haupttext
- Literaturverzeichnis
- (Anhangsverzeichnis)
- (Anhang)
- ehrenwörtliche Erklärung (bitte im zuständigen Dekanat nachfragen)
- leeres Blatt

Die Arbeit muss nicht zwangsläufig alle aufgeführten Teile enthalten. Ob die in Klammer gesetzten bzw. mit Anmerkungen versehenen Inhalte notwendig sind, hängt vom Einzelfall ab. Außer den leeren Deckblättern und dem Titelblatt sind sämtliche Blätter zu nummerieren.

5.5 Titelblatt

Das Titelblatt von Bachelor-/Masterarbeiten sollte entsprechend dem in Anhang 2 dieser Broschüre abgedruckten Muster gestaltet werden und unbedingt die dort angegebenen Informationen beinhalten. Wenden Sie sich bei Fragen an das jeweils zuständige Prüfungsamt bzw. Dekanat.

Anhang 1: Musterdeckblatt für Hausarbeiten

Bauhaus-Universität Weimar

Fachbereich Medien

Professur für Marketing und Medien

Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau

Betreuer: Dipl.-Kffr. Maxime Musterfrau

Seminar Medienmarketing

Die Kausalanalyse als multivariates Verfahren im Marketing - Darstellung und Einsatzmöglichkeiten

Verfasserin:

Vanessa Mustermann

Ahornweg 21

99423 Weimar

Matr. Nr. 15343115

4. April 2007

Anhang 2: Musterdeckblatt für Bachelorarbeiten

**Stars als Erfolgsfaktoren von Spielfilmen:
Eine markentheoretische Betrachtung**

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades eines/r
Bachelor of Arts im Bereich der Kulturwissenschaften (Medien) an der
Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar

Eingereicht von: Terry Mustermann

Betreuer: Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau

Matr. Nr. 15343115

Reg.-Nr. 123 MK/

4. April 2007