

## Merkblatt zur Anfertigung von Bachelorarbeiten am Marketing- Department

– Stand Juli 2015 –

<b>1</b>	<b>WESEN UND ANLAGE VON BACHELORARBEITEN.....</b>	<b>2</b>
1.1	ALLGEMEINES ZU DEN KOLLOQUIEN UND ZUR FUNKTION UND ANLAGE DER BACHELORARBEIT .....	2
1.2	MERKMALE WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITENS .....	3
<b>2</b>	<b>LITERATURRECHERCHE UND -BESCHAFFUNG.....</b>	<b>3</b>
2.1	FUNDSTELLEN DER LITERATURRECHERCHE .....	3
2.1.1	<i>Bibliothekskatalog.....</i>	<i>3</i>
2.1.2	<i>Elektronisch verfügbare Datenbanken.....</i>	<i>4</i>
2.1.3	<i>Primo-Central Katalog .....</i>	<i>4</i>
2.1.4	<i>Weitere Fundstellen .....</i>	<i>5</i>
2.2	BIBLIOTHEKS BENUTZUNG .....	6
<b>3</b>	<b>AUFBAU DER BACHELORARBEIT .....</b>	<b>6</b>
3.1	ORDNUNGSSCHEMA .....	6
3.2	TITELBLATT .....	7
3.3	INHALTSVERZEICHNISBZW. GLIEDERUNG .....	7
3.4	ABKÜRZUNGS-, ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS(OPTIONAL).....	7
3.5	EINLEITUNG .....	7
3.6	HAUPTTEIL .....	8
3.7	SCHLUSS (ZUSAMMENFASSUNG/ABSCHLUSSDISKUSSION) .....	8
3.8	LITERATURVERZEICHNIS .....	9
3.9	ANHANG .....	9
3.10	EIDESSTÄTTLICHE ERKLÄRUNG.....	9
3.11	DOKUMENTATION VON ELEKTRONISCHEN QUELLEN .....	9
3.12	ELEKTRONISCHES EXEMPLAR DER VOLLSTÄNDIGEN ARBEIT UND VERWENDETES DATENMATERIAL .....	9
<b>4</b>	<b>FORMALE GESTALTUNG VON BACHELORARBEITEN .....</b>	<b>10</b>
4.1	LAYOUT .....	10
4.2	FORMALES GLIEDERUNGSSCHEMA .....	10
4.3	VERWENDUNG VON ABKÜRZUNGEN UND SYMBOLEN .....	11
4.4	VERWENDUNG VON TABELLEN UND ABBILDUNGEN .....	11
4.5	ZITIERTECHNIK.....	11
4.5.1	<i>Wörtliche Zitate .....</i>	<i>12</i>
4.5.2	<i>Sinngemäße Zitate .....</i>	<i>12</i>
4.5.3	<i>Quellenbelegung bei Darstellungen.....</i>	<i>14</i>
4.6	QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS.....	16
<b>5</b>	<b>BEWERTUNGSKRITERIEN.....</b>	<b>19</b>
<b>6</b>	<b>LITERATUREMPFEHLUNGEN ZUM WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITEN.....</b>	<b>20</b>

# 1 Wesen und Anlage von Bachelorarbeiten

Das vorliegende Merkblatt gibt allgemeine Hinweise zur Bearbeitung Ihrer Bachelorarbeit und stellt die am Marketing-Department geltenden Formalien zur Anfertigung von Bachelorarbeiten dar. Für weitergehende und detaillierte Informationen sei auf Bücher und Broschüren zum wissenschaftlichen Arbeiten verwiesen (siehe auch die Literaturverweise am Ende des Merkblatts).

## 1.1 Allgemeines zu den Kolloquien und zur Funktion und Anlage der Bachelorarbeit

Alle KandidatInnen, die für eine Bachelorarbeit am Marketing-Department angenommen worden sind, nehmen an einem Kolloquium zum wissenschaftlichen Arbeiten (VOR Start der Bachelorarbeit) und an einem Gliederungskolloquium (während des Zeitraumes, in dem die BA geschrieben wird) teil. Im Rahmen dieser Kolloquien werden allgemeine Fragen zu wissenschaftlichen Arbeitsweisen und zu Bachelorarbeiten behandelt. Der Termin des Kolloquiums ist für die Studierenden verbindlich. Außerdem findet während der Anfertigung der Bachelorarbeit je nach Bedarf eine persönliche Betreuung der einzelnen Kandidaten durch die MitarbeiterInnen des Departments statt. Beim Gliederungskolloquium kann/können die Forschungsfrage/n präsentiert sowie ein Gliederungsentwurf vorgestellt werden. Angedacht sind 3-5 Folien mit 5-10 minütiger Präsentation. In der Diskussion können dann verschiedene Aspekte gemeinsam besprochen und viele Fragen geklärt werden.

Die Bachelorarbeit ist als schriftliche Prüfungsarbeit Bestandteil der **Prüfungsleistung des Bachelorstudiengangs und umfasst 12 LP**. Zu Beginn Ihrer Arbeit sollten Sie sich daher die derzeit geltende Prüfungsordnung und die dazu gehörenden Ergänzungen ansehen. Diese finden Sie auf der Homepage des Fachbereichs (<http://www.wiwiss.fu-berlin.de/studium-lehre/bachelor/studien-pruefungsordnungen/>). Wichtigste prüfungstechnische Funktion dieser zeitlich befristeten Arbeit ist der Nachweis der Fähigkeit zu selbstständigem wissenschaftlichen Arbeiten. Hierzu ist nach den näheren Bestimmungen der Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin ein Thema einer wirtschaftswissenschaftlichen Problematik zu bearbeiten. Ggf. können auch in begrenztem Umfang eigenständige empirische Untersuchungen durchgeführt werden. Als Bearbeitungszeit für Bachelorarbeiten sind nach der alten Prüfungsordnung (Stand 2006) 8 Wochen und nach der neuen Prüfungsordnung (Stand 2012) 10 Wochen vorgesehen.

Der **Gesamtumfang** der Bachelorarbeit (Einleitung, Hauptteil und Schluss) liegt bei **30 Seiten (ca. 9000 Worten)**. Nach Fertigstellung sind zwei Exemplare der Bachelorarbeit in gebundener Form beim Prüfungsbüro abzugeben, ein Exemplar erhält das Marketing-Department. Zusätzlich müssen auch alle verwendeten elektronischen Quellen in elektronischer Form (auf CD; **Kein** USB-Stick!) eingereicht werden (vgl. 3.11). Die gesamte Arbeit sowie ggf. verwendetes Datenmaterial einer empirischen Untersuchung muss am Lehrstuhl auch in elektronischer Form abgegeben werden (vgl. 3.12).

## 1.2 Merkmale wissenschaftlichen Arbeitens

Auch wenn Bachelorarbeiten regelmäßig nicht zur Veröffentlichung bestimmt sind, müssen bei der Abfassung Formvorschriften und insbesondere Techniken und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens beachtet werden. Formfehler führen bei der Bewertung der Bachelorarbeit zu entsprechenden Abzügen.

Ein wesentliches Merkmal wissenschaftlicher Arbeiten ist ein gewisser **Allgemeinheitsgrad** ihrer Aussagen, die über die speziellen Probleme eines Unternehmens oder einer Branche hinaus Relevanz haben müssen. Daraus erklärt sich auch die Zurückhaltung des Marketing-Departments bei der Vergabe von zu vordergründig praxisorientierten Themen, die oftmals auch nicht angemessen betreut und beurteilt werden können. Bachelorarbeiten müssen sich also von Praxisberichten, Gutachten u.ä. wesentlich unterscheiden. Das muss die/den VerfasserIn der Arbeit nicht hindern, wesentliche Tatbestände durch praktische Beispiele zu illustrieren. Der Schwerpunkt der Arbeit aber liegt auf der **wissenschaftlichen Argumentation**. Aussagen in einer wissenschaftlichen Arbeit müssen belegt werden, mit Ausnahme von in der Forschung allgemein bekannten und akzeptierten Sachverhalten. Dies geschieht durch Verweise auf die einschlägige Literatur, Präsentation entsprechender Daten oder durch die eigene logische Ableitung. Aussagen in einer wissenschaftlichen Arbeit unterscheiden sich dadurch von bloßen Behauptungen, Vermutungen etc. Daneben sind wissenschaftliche Arbeiten durch **Theorieorientierung und eine strukturierte, kritische Argumentation** gekennzeichnet. Die Auswertung von **Quellen** muss dem aktuellen und internationalen Standard entsprechen, d.h. im Gebiet Marketing muss insbesondere die amerikanische Literatur berücksichtigt werden.

## 2 Literaturrecherche und -beschaffung

### 2.1 Fundstellen der Literaturrecherche

Nachfolgend wird auf die beiden wohl wichtigsten Quellen der Literaturrecherche, Bibliothekskataloge und elektronisch verfügbare Datenbanken, genauer eingegangen. Daneben gibt es eine Vielzahl anderer Fundstellen, die kurz erwähnt werden. Auf welche Fundstellen bei der Literaturrecherche der Schwerpunkt zu legen ist, hängt natürlich auch vom jeweiligen Thema ab.

**Ein wichtiger Hinweis:** Die Wiwiss-Bibliothek der FU Berlin bietet nach Vereinbarung **Finalistenschulungen** an. Diese sind für Studenten, die ihre Bachelorarbeit am Marketing-Department schreiben wollen, verpflichtend und Voraussetzung für die Zulassung zum Schreiben einer Bachelorarbeit. (Näheres zur Terminvereinbarung hier <http://www.wiwiss.fu-berlin.de/verwaltung-service/bibliothek/schulungen/finalistenschulung/index.html> )

#### 2.1.1 Bibliothekskatalog

Der Literaturbestand der einzelnen Bibliotheken der FU Berlin ist seit 1990 vollständig über einen elektronischen Katalog (OPAC) erfasst. Für den Zugang zum OPAC über das Internet wird eine Benutzerkennung benötigt, die für alle Studierenden der FU

automatisch vergeben wird. Der OPAC ermöglicht eine Suche nach Autor, Titel, Schlag- und Stichworten, Verlagen, Erscheinungsjahr, Signatur etc., wobei die Suchkriterien auch kombiniert werden können. Zum Zugang und für nähere Information zur Benutzung des OPAC sei auf die Internetseite der Universitätsbibliothek verwiesen ([www.ub.fu-berlin.de](http://www.ub.fu-berlin.de)). Darüber hinaus ist es über OPAC möglich, Zeitschriftenartikel, die nicht in Bibliotheken der Freien Universität erhältlich sind, über die Fernleihe zu bestellen. Dieser Service kostet wie jede Fernleihbestellung 1,50€ pro Fernleihe für Studierende der FU. Eine weitere Option, Dokumente aus anderen Bibliotheken zu erhalten, bietet der Dokumentendienst subito. Dieser Dienst bietet Zugriff auf zahlreiche Bibliotheken in Deutschland, Österreich und der Schweiz, ist jedoch kostenpflichtig. Genauere Informationen entnehmen Sie bitte der Website ([www.subito-doc.de](http://www.subito-doc.de)). Der Kooperative Bibliotheksverbund Berlin-Brandenburg (KOBV) bietet einen Online-Katalog ([http://www.kobv.de/deutsch/framesets/frameset\\_ie.htm](http://www.kobv.de/deutsch/framesets/frameset_ie.htm)) relevanter Berliner und Brandenburger Bibliotheken an. Eine Recherchemöglichkeit über die wichtigsten deutschen Bibliotheken ist über den Karlsruher virtuellen Katalog möglich (<http://www.ubka.uni-karlsruhe.de/kvk.html>).

### *2.1.2 Elektronisch verfügbare Datenbanken*

Über die Internetseiten der Universitätsbibliothek der FU ist innerhalb des Rechnernetzes der Universität bzw. von Zuhause aus bei einer Einwahl über die ZEDAT der Zugriff auf das **Bibliotheksportal** der FU Berlin möglich (<http://www.digibib.fu-berlin.de>). Unter dieser Oberfläche können eine Vielzahl von Datenbanken, Bibliothekskatalogen (inkl. des FU Online-Katalogs), E-Zeitschriften und andere digitale Ressourcen genutzt werden. Marketingrelevante Datenbanken sind insbesondere Business Source Elite, ABI/Inform Research, WISO1 und WISO2, SSCI, PSYCLIT, PSYINDEX, sowie die Dissertationsverzeichnisse und Kongressberichte. Der SSCI (Social Science Citation Index) erlaubt auch die Vorwärtssuche von Referenzierungen, d.h. es können Publikationen recherchiert werden, die auf eine bestimmte frühere Publikation Bezug nehmen. Die Universitätsbibliothek bietet zudem verschiedene Veranstaltungen zur Nutzung von Online-Datenbanken an (<http://www.ub.fu-berlin.de/service/einfuehrungen/>).

Daneben gibt es betriebswirtschaftliche **Datenbanken privater Anbieter**, deren inhaltlicher Schwerpunkt eher auf praxisbezogenen Publikationen oder Informationen der Wirtschaftspresse liegt (bspw. <http://www.genios.de/>). Die Angebote sind in der Regel kostenpflichtig.

### *2.1.3 Primo-Central Katalog*

Der Primo-Central-Service (<http://www.primo.fu-berlin.de/>) der FU Berlin ermöglicht die Suche nach Schlagwort, Autor, Titel etc.

Unter Primo-Central finden Sie im eingebundenen **FU-Katalog** >3.500.000 Medien aus dem Bestand der FU Berlin: Bücher, Zeitschriften, CDs/DVDs, E-Books und lizenzierte Online-Zeitschriften im Volltext plus 20 Mio. bibliographische Nachweise zu Zeitschriftenaufsätzen aller Fächer. **Primo Central** bietet zusätzlich mehr als 400 Mio. Titel elektronisch verfügbare akademische Fachliteratur externer Anbieter (u. a. JSTOR, Web of Science, IngentaConnect - vgl. Liste der Anbieter).

Durch Wählen eines **Fachs** kann gleichzeitig in **mehreren Datenbanken** recherchiert werden, um Aufsatzzitate und Aufsatzvolltexte in Büchern oder Zeitschriften zu finden. Der Primo-Central Katalog bietet auch die Möglichkeit ein eigenes Datenbankset zu erstellen. Informationen über neue Datenbanken und Datenbanken zum Testen finden Sie in E-Ressourcen im Test im **Biblioblog** (<http://blogs.fu-berlin.de/bibliotheken/category/digitale-bibliothek/e-ressourcen-im-test/>).

#### 2.1.4 Weitere Fundstellen

Einen ersten themenbezogenen Überblick geben **Fachlexika** und so genannte **Fachkompendien**. Teilweise werden hier auch weiterführende Literaturhinweise gegeben. Stärker fachbezogen dagegen sind **Handwörterbücher**. Hier findet man in Überblicksaufsätzen einen Abriss zum jeweiligen Stichwort unter Angabe weiterführender Literatur.

Bruhn, Manfred (Hrsg.), 2004, *Gabler Marketing Lexikon*, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler.  
Diller, Hermann (Hrsg.), 2001, *Vahlens großes Marketing-Lexikon*, 2. Aufl., München: Beck.

Tietz, Bruno et al. (Hrsg.), 1995, *Handwörterbuch des Marketing*, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Pöschel.

Woll, Artur (Hrsg.), 2000, *Wirtschaftslexikon*, 9. Aufl., München, Wien: Oldenbourg.

Daneben bieten Bibliographien, Periodika, die Tagespresse, Informations-, Daten- und Dokumentationsdienste, aber auch die Recherche über Suchmaschinen im Internet weitere Möglichkeiten zur Literaturrecherche. **Bibliographien** sind Verzeichnisse, die den Literaturbestand eines Landes zu meist spezifischen Themengebieten enthalten, z. B. die Bibliographie der Wirtschaftswissenschaften, hrsg. von der Bibliothek des Instituts für Weltwirtschaft Kiel, der internationale betriebswirtschaftliche Zeitschriftenreport, der in der Zeitschrift "Der Betrieb" abgedruckt wird, oder der Zeitschrifteninformationsdienst, der als Beilage zur Zeitschrift "Der Wirtschaftsprüfer" erscheint. Periodika sind Publikationen mit regelmäßigem Erscheinerrhythmus wie Jahrbücher, Fachzeitschriften, Zeitungen und Magazine. Insbesondere in Fachzeitschriften findet der überwiegende Teil der aktuellen wissenschaftlichen Diskussionen statt. Ein Großteil dieser Periodika ist mittlerweile über Online-Datenbanken an der FU verfügbar (vgl. 2.1.2). Themenstellungen mit aktuellem Bezug erfordern oft auch Informationen aus der **Wirtschaftspresse** (z. B. Financial Times, Handelsblatt). Auch **Informations- Daten- und Dokumentationsdienste** bieten die Möglichkeit zur Literatur- und Datenrecherche, z. B. das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung der Universität zu Köln ([www.gesis.org/ZA/index.htm](http://www.gesis.org/ZA/index.htm)) oder die Wirtschaftswissenschaftliche Dokumentation der Technischen Universität Berlin ([www.wv.tu-berlin.de/](http://www.wv.tu-berlin.de/)). Zur Recherche im Internet stehen eine Vielzahl von **Suchmaschinen** zur Verfügung (z. B. [www.google.de](http://www.google.de); <http://scholar.google.de>).

## 2.2 Bibliotheksbenutzung

Jede/r Student/in dürfte sich im Laufe ihres/seines Studiums mit der **Bibliotheksbenutzung** relevanter Bibliotheken vertraut gemacht haben (Universitätsbibliothek, wirtschaftswissenschaftliche und erziehungswissenschaftliche Bibliothek der FU, Staatsbibliothek). Im Bedarfsfall empfiehlt sich die Teilnahme an einer Bibliotheksführung. Insbesondere sollten folgende Punkte bei der Nutzung der relevanten Bibliotheken beachtet werden: Bibliotheksbenutzungsordnung, Öffnungszeiten und gegebenenfalls Bibliotheksferien oder -schließungen an oder zwischen Feiertagen, Art, Ordnung und Benutzung der verschiedenen Bibliothekskataloge oder Zugang zu PC-Terminals, Möglichkeiten, Erfordernisse und Fristen der Sofort-, Tages- und Wochenendausleihe sowie der Fernleihe und schließlich Ansprechpartner bei Beschaffungsproblemen bzw. -vorschlägen. In der wirtschaftswissenschaftlichen Bibliothek besteht die Möglichkeit Bachelorarbeitsplätze auf Antrag vorzubestellen. Das hierzu erforderliche Formular ist im Sekretariat des Marketing-Departments erhältlich.

## 3 Aufbau der Bachelorarbeit

### 3.1 Ordnungsschema

Für die Ordnung der Bachelorarbeiten wird folgendes Schema empfohlen.

- (1) Einband
- (2) Titelblatt
- (3) Inhaltsverzeichnis
- (4) ggf. Abkürzungsverzeichnis, Abbildungs-/Tabellenverzeichnis  
(empfiehlt sich, falls mit mehr als fünf Abkürzungen, Abbildungen oder Tabellen gearbeitet wird)
- (5) Einleitung
- (6) Hauptteil
- (7) Schluss
- (8) Literaturverzeichnis
- (9) ggf. Anhang
- (10) Eidesstattliche Erklärung
- (11) Einband

→ Die Punkte 5,6,7 stellen dabei einen untergliederten Text als zentralen Bestandteil der Arbeit dar.

## 3.2 Titelblatt

Auf der Website des Marketing-Departments wird eine **Dokumentenvorlage für die Bachelorarbeit** zum Download bereitgestellt, die sich an diesem Ordnungsschema orientiert und zugleich weitere formale Aspekte berücksichtigt (z. B. Seitenränder). Die Vorlage enthält auch eine Vorlage für die **Gestaltung des Titelblatts**. Das Logo der FU ist für die Gestaltung des Titelblatts nicht zu verwenden

## 3.3 Inhaltsverzeichnis bzw. Gliederung

Die **Gliederung** ist ein Teil der Arbeit und soll zeigen, in welcher Weise das Thema verstanden und bearbeitet wurde. Die Erstellung einer Gliederung stellt oftmals einen Wendepunkt zwischen der Phase der Literaturrecherche und -sichtung und der Phase des Abfassens der Arbeit dar. Sie dient zugleich als **Diskussionsgrundlage** bei der Betreuung und im Gliederungskolloquium. Sie hat den logischen Aufbau der Arbeit widerzuspiegeln und sollte erste Informationen über die Arbeit geben. Über eine gute Gliederung müssen der gesamte Inhalt und die Schwerpunkte der Arbeit sofort klar und vollständig erfassbar werden. Bei einer guten Gliederung stehen Gliederungstiefe und Gliederungslänge in einem harmonischen Verhältnis zueinander.

Das (formale) **Inhaltsverzeichnis** geht noch etwas über die bloße Gliederung der Arbeit hinaus, es ist auch – im Gegensatz zur Gliederung – Bestandteil der fertigen Fassung der Arbeit. Im Inhaltsverzeichnis wird die gesamte Arbeit im Überblick – vom Abkürzungsverzeichnis (nur bei Bedarf) über den gegliederten Text bis zum Literaturverzeichnis und Anhang (nur bei Bedarf) dargestellt. Allen Textbestandteilen sind dabei gesonderte Gliederungspunkte zugeordnet. Weiterhin ist darauf zu achten, dass alle Gliederungspunkte mit Seitenzahlen ausgewiesen sind. Alle übrigen Teile der Arbeit (Verzeichnisse, Anhang) werden dagegen mit ihrer Bezeichnung im Inhaltsverzeichnis linksbündig und außerhalb des Gliederungssystems angeführt.

## 3.4 Abkürzungs-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis (optional)

Ein **Abbildungs- und Tabellenverzeichnis** verweist über die Angabe von Seitenzahlen auf die entsprechenden Darstellungen, die im Verlauf der Arbeit eingebunden sind. Ein solches Verzeichnis empfiehlt sich insbesondere bei einer Vielzahl verwendeter Darstellungen, also in erster Linie bei empirischen Arbeiten. Falls in der Arbeit mehrere Abkürzungen verwendet werden, **die nicht im Duden erklärt werden**, kann im Interesse einer gesteigerten Übersicht ein Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen dem Abbildungs- und Tabellenverzeichnis vorangestellt werden.

## 3.5 Einleitung

Die **Einleitung** soll keine Inhaltsangabe der Bachelorarbeit sein. Sie soll in knapper Form (auf etwa einer Seiten) Hintergrund der Thematik (bzw. die Beweggründe bei der Themenwahl), Fragestellung, Ziele und Vorgehensweise der Arbeit wiedergeben. In der Einleitung sollten u. a. folgende Punkte geklärt werden:

- Was ist die Fragestellung der Arbeit bzw. welches Ziel wird mit der Arbeit verfolgt?

- Weshalb ist eine Bearbeitung des Themas wichtig oder relevant?
- Wie sieht die Argumentationskette in der Arbeit aus?
- Welche Teilprobleme werden in welchen Kapiteln behandelt?

### 3.6 Hauptteil

**Inhaltlich** muss der Text als solcher geschlossen sein und das gestellte Thema umfassend abhandeln. Weder Anmerkungen noch Darstellungen oder sonstige Ergänzungen dürfen zum Verständnis eines wissenschaftlichen Textes zwingend erforderlich sein. Muss der Leser zum Verständnis des Textes noch Informationen aus den Fußnoten und sonstigen Ergänzungen heranziehen, d.h. selber aktiv handeln, dann ist die – offensichtlich noch unvollständige – Abhandlung zu überprüfen und entsprechend zu überarbeiten.

Anleitungen zu einem guten **Sprachstil** bzw. einer wissenschaftlichen Ausdrucksweise zu geben, ist ein schwieriges Unterfangen. In jedem Fall ist darauf zu achten, dass eine wissenschaftliche Ausdrucksweise **nicht** mit einer umständlichen und / oder unverständlichen Ausdrucksweise gleichzusetzen ist. Folgende Hinweise sind außerdem zu beachten:

- keine Verwendung von Wir- oder Ich-Form
- Vermeiden von Füllwörtern, Worthülsen und Floskeln, hochgestochenen und überflüssigen Fremdwörter, sowie dichterischen Hilfsmitteln (wie Terminiwechsel für ein und denselben Begriff) etc.
- einfache, aber fachsprachlich korrekte Wortwahl
- kurze Sätze (z. B. keine Schachtelsätze), kompakte Ausdrucksweise, klare und genaue Sprache

### 3.7 Schluss (Zusammenfassung/Abschlussdiskussion)

An das Ende des Textes soll eine für sich verständliche **Zusammenfassung** gestellt werden. Sie ermöglicht dem Leser, rasch einen Überblick über Inhalt, Methode, Ergebnisse und offene Fragen der Arbeit zu gewinnen. Das Anfertigen einer Zusammenfassung darf nicht vernachlässigt werden. Ihr Umfang sollte am Gesamtumfang der Arbeit gemessen werden – bei einer Bachelorarbeit nicht mehr als drei Seiten. In einer Zusammenfassung sollten keine Definitionen oder neue Begriffe eingeführt werden. Ein Schlussteil sollte also folgende Punkte beinhalten:

- Problemstellung der Arbeit, untersuchte Fragestellung(en), ggf. Hypothesen (bei empirischen Arbeiten)
- Vorgehensweise bei der Bearbeitung, ggf. angewandte Methode (bei empirischen Untersuchungen)
- wichtige Ergebnisse der Arbeit (Kernthesen und Fazit), ggf. Befunde der Untersuchung (bei empirischen Untersuchungen)
- Diskussion der Ergebnisse und kritische Würdigung des Themas
- Einschränkungen des Gültigkeitsbereichs und offene Forschungsfragen
- Ausblick



### 3.8 Literaturverzeichnis

Das **Literaturverzeichnis** nennt in alphabetischer Reihenfolge die Autoren von den im Text verwendeten Quellen (zur Anlage des Literaturverzeichnisses siehe 4.6). Es ist kein gesondertes Quellenverzeichnis für Internet- oder sonstige Quellen zu erstellen.

### 3.9 Anhang

Der **Anhang** beinhaltet umfangreiche Abbildungen, Tabellen und Schaubilder, welche nicht der direkten Unterstützung des Textes dienen und den Lesefluss im eigentlichen Text unterbrechen würden. So werden etwa umfangreiche Statistiken und Datenmaterial, Fragebögen sowie Tabellen, auf die im Text der Arbeit nicht unmittelbar Bezug genommen wird, im Anhang aufgeführt.

### 3.10 Eidesstattliche Erklärung

Mit der **eidesstattlichen Erklärung** auf einer eigenen Seite schließt die eigentliche Bachelorarbeit ab. Ebenso wie das Titelblatt unterliegt sie den Regeln der Prüfungsordnung und kann wie folgt aussehen:

Erklärung	
<u>Ich versichere</u> : Ich habe die Bachelorarbeit selbstständig verfasst. Andere als die angegebenen Hilfsmittel und Quellen habe ich nicht benutzt.	
Die Arbeit hat keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen.	
<u>Mir ist bekannt</u> : Bei Verwendung von Inhalten aus dem Internet habe ich diese zu kennzeichnen und als elektronisch gespeicherte Ressource der Bachelorarbeit beizufügen.	
Berlin, den ...	Unterschrift <i>(bitte mit blauem Stift)</i>

### 3.11 Dokumentation von elektronischen Quellen

Nach Vorgaben des Prüfungsbüros des Fachbereichs sollen alle verwendeten **elektronischen Texte** dokumentiert werden. Dazu werden die verwendeten Texte in digitaler Form auf Speichermedien am Marketing-Department abgeliefert (CD-ROM erwünscht vom Prüfungsbüro).

### 3.12 Elektronisches Exemplar der vollständigen Arbeit und verwendetes Datenmaterial

Um der zunehmenden Gefahr der Einreichung von (teilweisen) Plagiaten durch die Verbreitung elektronischer Medien entgegenzuwirken, werden die eingereichten Arbeiten mit relevanten Datenbanken abgeglichen, um gegebenenfalls entsprechende

Textstellen identifizieren zu können. Hierzu ist die Einreichung der vollständigen Arbeit in einem elektronischen, PC-lesbaren Format erforderlich (z. B. Word-Dokument). Bei empirischen Arbeiten sind außerdem die verwendeten Rohdaten in einem gängigen Datenformat beizufügen (z. B. SPSS, Excel, Access).

## 4 Formale Gestaltung von Bachelorarbeiten

### 4.1 Layout

Auf der Website des Marketing-Departments wird eine **Dokumentenvorlage für die Bachelorarbeit** zum Download bereitgestellt, die die folgenden Anleitungen für das Layout und das formale Gliederungsschema berücksichtigt.

Die Bachelorarbeit sollte mit einem Textverarbeitungsprogramm angefertigt werden. Als **Schriftart** ist eine Proportionalsschrift (z. B. Times New Roman) mit der Schriftgröße 12pt zu wählen. Für den **Zeilenabstand** ist ein einzeiliger Abstand (18pt) einzustellen. Vor neuen Absätzen ist ungefähr der doppelte Zeilenabstand frei zu lassen. Überschriften sind im Text ihrer Bedeutung entsprechend durch größere Abstände herauszustellen. Abbildungen sind in einer nicht-serifen Schriftart (z. B. Arial) zu erstellen und zu nummerieren.

Außer den leeren Deckblättern und dem Titelblatt sind sämtliche Blätter fortlaufend zu **nummerieren**, wobei Inhaltsverzeichnis, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis mit römischen Ziffern durchnummeriert werden. Der Hauptteil und das Literaturverzeichnis werden mit arabischen Ziffern durchnummeriert. Der Anhang kann mit arabischen oder mit römischen Ziffern durchnummeriert werden. Umfasst der Anhang mehrere Teile, so sollte jeder Teil mit einem Kennbuchstaben versehen und gesondert durchnummeriert werden (z. B. Anhang A, A I, A II; Anhang B, B I, B II usw.).

Auf der linken Seite des DIN-A4-Blattes ist ein Rand von etwa 3 cm Breite einzuhalten, auf der rechten Seite ein Rand von etwa 3,5 cm. Am Seitenanfang und am Seitende sind mindestens 2,5 cm frei zu halten, der genaue Abstand hängt auch von der Verwendung von Kopfzeilen bzw. der Platzierung der Seitenzahlen ab. Als Richtwert für den **Umfang einer Seite** gelten etwa 33 Zeilen mit etwa 80 Anschlägen.

### 4.2 Formales Gliederungsschema

Die **Gliederungsform** sollte einer numerischen Ordnung folgen. Auf einer Gliederungsebene stehen mindestens zwei Gliederungspunkte. Wo nicht unterteilt werden muss (oder kann), bedarf es keines eigenständigen Gliederungspunktes. Hier ein **Beispiel** für ein numerisches Gliederungsschema:

- 1 Einleitung
- 2 Wesen und Bedeutung der Marktforschung
- 3 Methoden der Marktforschung
  - 3.1 Der Forschungsprozess
  - 3.2 Festlegen des Untersuchungsdesigns
  - 3.3 Entwicklung von Messinstrumenten

Anhand der numerischen Ordnung lassen sich leicht **Querverweise** innerhalb der Arbeit interpretieren. So bedeutet etwa ein Verweis auf den Gliederungspunkt 2.1.3, dass die so ausgewiesene Textstelle im dritten Abschnitt des ersten Kapitels des zweiten Teils zu finden ist.

Die numerische Ordnung erlaubt theoretisch eine unbegrenzte Untergliederung. Sinnvollerweise sollte aber bei einer Bachelorarbeit eine Gliederungstiefe von drei Ebenen (beispielsweise 2.3.1) nicht überschritten werden.

### 4.3 Verwendung von Abkürzungen und Symbolen

Im laufenden Text sind **Abkürzungen** zu vermeiden. Verwendet werden dürfen nur geläufige Abkürzungen (vgl. Duden) wie etc., usw., vgl., z. B. ... Nicht statthaft sind Abkürzungen aus Bequemlichkeit. Falls mehrere im Fachgebiet gebräuchliche Abkürzungen verwendet werden, die nicht im Duden zu finden sind, sind diese in einem Abkürzungsverzeichnis aufzuführen (vgl. 3.4).

Die Arbeit sollte sich einer einheitlichen **Symbolik** bedienen. Werden Symbole aus fremden Quellen herangezogen, so sind sie unter Wahrung der inhaltlichen Übereinstimmung der in der Arbeit verwendeten Symbolik anzupassen (z. B. bei Maßeinheiten, statistischen Symbolen). Ausgenommen hiervon sind wörtliche Zitate.

### 4.4 Verwendung von Tabellen und Abbildungen

Tabellen und Abbildungen müssen in ihrer Beschriftung eine klare **Inhaltsbezeichnung** tragen (vgl. auch die Ausführungen zur Quellenbelegung von Darstellungen im folgenden Kapitel). Die Beschriftung erscheint bei Tabellen im Allgemeinen oberhalb, bei Abbildungen unterhalb. Unmittelbar unter eine Darstellung ist ggf. eine kurze Erklärung der verwendeten Symbole (ungeachtet ihrer ausführlichen Erläuterung im Text), die vom Verfasser hinzugefügten oder übernommenen Anmerkungen und die Quellenangaben zu setzen. Die Tabellen und Abbildungen sind jeweils fortlaufend zu nummerieren. Wird im Text darauf Bezug genommen, so ist die Bezeichnung und Nummer anzugeben (z. B. 'siehe Tabelle 3'). Werden im Text mehr als zehn Tabellen oder Abbildungen verwendet, sollte ein Abbildungs- und Tabellenverzeichnis erstellt werden, das unmittelbar nach dem Inhaltsverzeichnis (und ggf. auch Abkürzungsverzeichnis) eingefügt wird (vgl. 3.4).

**Umfangreiches Material** (wie z. B. größere tabellarische und graphische Darstellungen, Photokopien, längere Gesetzestexte etc.) ist im Anhang unterzubringen. Gefaltete sowie im Querformat angeordnete Tabellen und Schaubilder sind möglichst zu vermeiden, falls dennoch nötig, soll ihre Anordnung so erfolgen, dass die Arbeit zum Lesen im Sinne des Uhrzeigers zu drehen ist.

### 4.5 Zitiertechnik

Korrektes – im Sinne von vollständigem und nachvollziehbarem – Zitieren dient als Beleg wissenschaftlichen Arbeitens. Es spiegelt sowohl die Ehrlichkeit des Autors wider als auch die Fähigkeit, seine Argumentation durch entsprechende Quellen untermauern zu können.

Wenn Sie sich auf eine **Zitiertechnik** festlegen, ist in jedem Fall auf die Konsistenz der Zitierweise in der Arbeit zu achten. Von den gängigen Zitiertechniken bevorzugen die Professoren **Kleinaltenkamp**, **Kuß**, **Kreis** und **Pick** die **Harvard-Zitierweise**. Grundsätzlich sollte sich dabei an der **Zitiertechnik des Journal of Marketing** orientiert werden. Je nach Professor / Betreuer kann die Seitenangabe aus Zeitschriften dabei obligatorisch sein, d.h. sie muss immer mit angegeben werden. Bei der Harvard-Zitierweise fügt man die Quellenangabe an der entsprechenden Stelle in Klammern in den Text ein und nicht in Fußnoten. Bei der Zitierweise mit Fußnoten wird die Quellenangabe nicht in den Text eingefügt, stattdessen tritt an die entsprechende Stelle eine Fußnote, so dass sich die Quellenangabe am unteren Rand der jeweiligen Seite befindet. Bei den folgenden Beispielen zur Zitiertechnik bezieht sich jeweils das erste Beispiel auf die Harvard-Zitierweise, das jeweils zweite auf die Zitierweise mit Fußnoten.

#### 4.5.1 Wörtliche Zitate

Bei **wörtlichen Zitaten** ist es üblich, sowohl deutsch- als auch englischsprachige Quellen zu übernehmen. Der Quellennachweis folgt dem mit Anführungszeichen gekennzeichneten Zitat in der Form "....." (Assael 2001, S. 115)/ „...“. Werden bei wörtlichen Zitaten durch Einfügung in den eigenen Satzbau Ausführungen gestrichen, so ist dies durch drei eingeklammerte Punkte zu kennzeichnen ("...wodurch Einstellungen [...] beeinflusst werden..."). Hier gilt wie für alle Zitate, dass der ursprüngliche Zusammenhang beibehalten werden muss und der Sinn des Zitats dadurch nicht verändert werden darf. Sollen wörtliche Zitate aus anderssprachigen Quellen (insbesondere englische) verwendet werden, so sind diese in der Originalsprache anzugeben. Wörtliche Zitate sollten in wissenschaftlichen Arbeiten sparsam eingesetzt werden. Um ehesten benutzt man wörtliche Zitate, um wichtige Definitionen und besonders prägnante oder brillante Formulierungen wiederzugeben. Zu beachten ist insbesondere, dass eine Aneinanderreihung von Zitaten als Plagiat gewertet wird, ebenso wie die Verwendung von geringfügig veränderten, dennoch annähernd wörtlichen Zitaten, mit denen sich die/der AutorIn die selbstständige Formulierung und die eigenständige Argumentation zu ersparen versucht. In beiden Fällen disqualifiziert sich die/der AutorIn und ihre/seine Arbeit.

#### 4.5.2 Sinngemäße Zitate

Bei **sinngemäßem Zitieren** sind mehrere Fälle zu unterscheiden. Wird eine Quelle mit einem einzelnen Ergebnis oder einer einzelnen Textpassage angesprochen, so erfolgt die Quellenangabe unter Kennzeichnung der genaueren Fundstelle (d.h. mit Seitenangabe):

Bsp. 1: Die Antwort auf die Frage nach dem Objektbereich fordert also keine Sachaussage, sondern ein Werturteil. Es ist keine empirisch begründete Feststellung, sondern eine Festsetzung (vgl. Raffée/Spocht 1974, S.373ff.).

Das ff. ist die Abkürzung für "fortfolgende Seiten" und steht für ein unbestimmtes Ende der Quellenfundstelle. Gibt man f. (für "folgende Seite") an, werden nur die genannte Seite und die darauf folgende Seite zitiert. Bei elektronischen Quellen ist eine Seitenangabe oft nicht möglich und daher auch nicht erforderlich. Eine Ausnahme stellen Texte im PDF-Format dar.

Wird eine Quelle in ihrer Gesamtheit angesprochen, so erfolgt die Quellenangabe ohne Seitenangabe. Insbesondere bei Zeitschriftenartikeln und Artikeln aus Sammelbänden, bei denen nicht auf einzelne Ergebnisse oder Aussagen verwiesen wird, kann auf die Seitenangabe verzichtet werden.

Bsp. 1: Es wäre aber auch naiv zu glauben, ähnlich wie es Vance Packard (1966) in seinem Buch "Die geheimen Verführer" glaubhaft machen wollte, dass mit dem Marketing der Gesellschaft eine Wunderwaffe in die Hand gegeben sei (vgl. Vance Packard 1966).

Werden einzelne Passagen aus der Quelle angesprochen, erscheint die Quelle am Satzende als Beleg der zuvor gemachten Aussage, **mit Angabe der Seitenzahl** (siehe oben). Wird eine Quelle direkt (durch Nennung der Namen der Autoren) angesprochen, so kann die Quellenangabe direkt nach der Nennung der Autoren erfolgen.

Bsp. 1:

Jacoby und seine Kollegen (vgl. Jacoby et al. 1974a, S. 15ff.) zeigten in einer Studie...

oder

Jacoby et al. (1974a) zeigten in einer Studie ... (vgl. ebd., S. 15ff.)

Bsp. 2:

Jacoby und seine Kollegen zeigten in einer Studie...

oder

Jacoby et al.<sup>5</sup> zeigten in einer Studie ...

Dem letztgenannten Beispiel kann ein weiteres Element der Zitiertechnik entnommen werden. Treten mehrere (mehr als zwei) Autoren einer Quelle auf, ist der erstgenannte Autor anzuführen. Die **Co-Autoren** werden in der Zitierklammer bzw. in der Fußnote durch et al. (et alii – und andere) wiedergegeben. Man verfährt in dieser Weise, damit der Lesefluss ungestört bleibt. Im Literaturverzeichnis müssen dann alle Co-Autoren namentlich aufgeführt werden. Soll die gleiche Quelle bzw. Textstelle mehrmals unmittelbar hintereinander zitiert werden, kann auch ein 'ebd.' (ebenda) verwendet werden.

In der internationalen Marketingliteratur werden sinngemäße Zitate mit '**vgl.**' (vgl. Jacoby 1974, im Englischen 'cf.')

nur dann eingeleitet, wenn man die/den LeserIn aktiv auffordert, die gemachten Ausführungen mit dieser Quelle zu vergleichen. Will man lediglich aufzeigen, von wem der Gedanke stammt, wird auf ein 'vgl.' verzichtet. In der deutschsprachigen betriebswirtschaftlichen Literatur findet sich dagegen häufig eine grundsätzliche Verwendung des 'vgl.' bei sinngemäßen Zitaten. Auch hier sollte man sich im Rahmen der Bachelorarbeit auf eine einheitliche Zitiertechnik festlegen, die dann unbedingt konsistent in der Arbeit verwendet werden muss.

Benutzen Sie **mehrere Belegstellen** für eine Aussage, so sind diese alphabetisch aufzulisten (vgl. Gatignon/Robertson 1985; Green/Gold 1981). Bei mehreren Quellen zu einer Aussage derselben/desselben Autorin/Autors oder desselben Autorenteam werden die Erscheinungsjahre der verschiedenen Werke durch ein Komma vonein-

ander getrennt: (vgl. Moschis/Moore 1978, 1979). Tritt hierbei der Fall ein, dass mehrere Belegstellen einer/eines Autorin/Autors oder desselben Autorenteam das gleiche Veröffentlichungsjahr haben, so werden die verschiedenen Werke durch hinzufügen von Kleinbuchstaben in alphabetischer Titelreihenfolge im Quellen- und Literaturverzeichnis unterschieden und im Text mit dieser zusätzlichen Kennzeichnung aufgeführt (vgl. Moore 1980a, 1980b) (vgl. auch 4.6).

Sollten Sie nicht aus der Originalquelle – die eigentlich grundsätzlich benutzt werden sollte (!) – sondern im Falle eines schwer zugänglichen Originals aus einer **Sekundärquelle** zitieren, so sind hier beide Autoren aufzuführen. Das Originalwerk wird dabei zuerst zitiert und dann folgt mit dem Verweis 'zit. nach' die Angabe der Quelle, aus der der Verweis auf die Originalquelle stammt.

Bsp. 1: Penrose stellt dazu fest: „it is never *resources* themselves (im Sinne von 'operand resources', Anm. d. Verf.) that are the 'inputs' to the production process, but only *services* that the resources can render" (Penrose 1959, S. 24f., Herv. im Orig., zit. nach Vargo/Lusch 2004, S. 2f.).

Bsp. 2: Penrose stellt dazu fest: „it is never *resources* themselves (im Sinne von 'operand resources', Anm. d. Verf.) that are the 'inputs' to the production process, but only *services* that the resources can render"<sup>6</sup>.

Anhand des letzten Beispiels sollen hier noch weitere Hinweise zum korrekten wörtlichen Zitieren gegeben werden. Wörtliche Zitate bedürfen zunächst der buchstäblichen Genauigkeit, so dass z. B. auch vorhandene Rechtschreibfehler nicht korrigiert werden dürfen. Wenn Sie Zitate benutzen, die andere Zitate beinhalten, so sind diese "Zitate im Zitat" durch Apostrophzeichen kenntlich zu machen. Wenn Zitate vom Zitierenden ergänzt werden, so sind diese Änderungen durch einen eingeklammerten Hinweis (Anm. d. Verf.) zu kennzeichnen. Nehmen Sie Hervorhebungen in einem Zitat selbstständig vor, so sind diese ebenfalls in Klammern anzuzeigen (Herv. durch den Verf.). Bei allen genannten Veränderungen von wörtlichen Zitaten gilt jedoch das Postulat, dass der vom Quellenautor verstandene Sinnzusammenhang bestehen bleiben muss.

Als Quellen von wörtlichen und sinngemäßen Zitaten müssen grundsätzlich die AutorInnen der jeweiligen Veröffentlichung herangezogen werden, nicht die HerausgeberInnen. Ein Verweis auf HerausgeberInnen erfolgt nur, wenn auf ein Herausgeberband in seiner Gesamtheit verwiesen wird:

Bsp. 1: Das Gebiet der Online-Forschung erfreut sich auch in der Wissenschaft zunehmender Beliebtheit (vgl. z. B. die Sammelbände von Batinic 1999, Batinic et al. 1999).

Bsp. 2: Das Gebiet der Online-Forschung erfreut sich auch in der Wissenschaft zunehmender Beliebtheit<sup>7</sup>.

#### 4.5.3 Quellenbelegung bei Darstellungen

Werden ganze **Darstellungen** (Abbildungen und Tabellen) ohne Modifikation aus anderen Quellen übernommen, verfährt man mit der Quellenangabe analog der Zitierweise im Text. Die Quelle der verwendeten Darstellung wird dann in der Abbildungsunterschrift (unterhalb der Abbildung) bzw. der Tabellenüberschrift (oberhalb der Tabelle) folgendermaßen aufgeführt:

Bsp. 1:

Tab. 1: Entwicklung der Umsatzzahlen (McTabelle 1996, S. 312)

	1. Qrtl.	2. Qrtl.	3. Qrtl.	4. Qrtl.
Ost	20,4	27,4	90	20,4
West	30,6	38,6	34,6	31,6
Nord	45,9	46,9	45	43,9

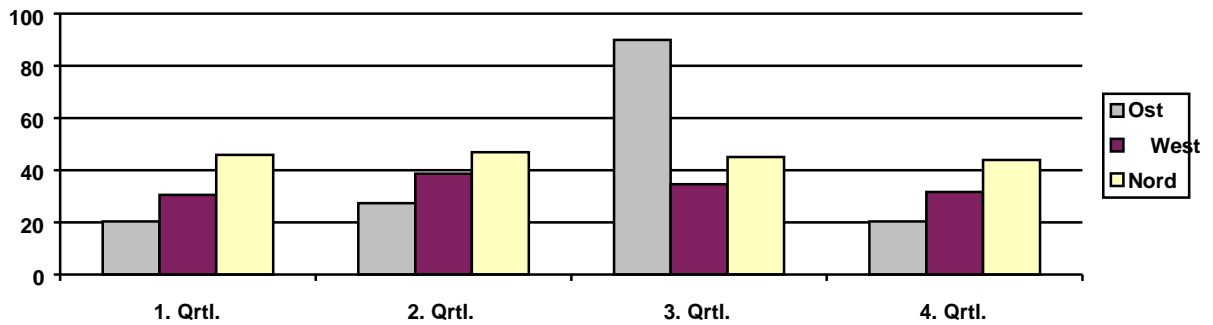


Abb. 1: Vergleich der Quartalsumsatzzahlen (McGrafik 1996, S.99)

Bsp. 2:

Tab. 1: Entwicklung der Umsatzzahlen<sup>8</sup>

	1. Qrtl.	2. Qrtl.	3. Qrtl.	4. Qrtl.
Ost	20,4	27,4	90	20,4
West	30,6	38,6	34,6	31,6
Nord	45,9	46,9	45	43,9

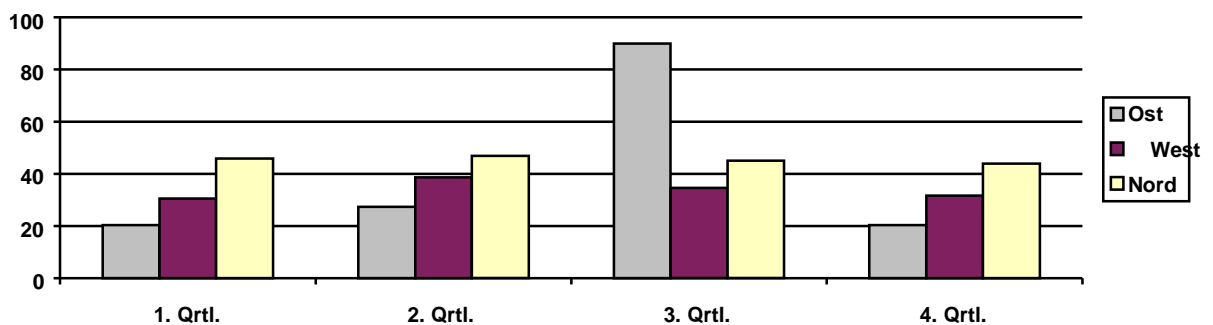


Abb. 1: Vergleich der Quartalsumsatzzahlen<sup>9</sup>

<sup>8</sup> McTabelle 1996, S. 312

<sup>9</sup> McGrafik 1996, S.99

Auf die Darstellung selbst muss im Fließtext noch hingewiesen werden (z. B. 'Tabelle 1 stellt die Umsatzzahlen gegenüber'). Wird eine gegebene Darstellung von der/dem AutorIn verändert (durch Auslassung oder Hinzufügung von inhaltlichen Aussagen), ist der Quellenangabe ein 'in Anlehnung an' hinzuzufügen. Stammt die Darstellung von der/dem AutorIn selbst, entfällt natürlich die Quellenangabe, ggf. kann bei Abbildungen der Vermerk 'eigene Darstellung' in Klammer hinzugefügt werden.

#### 4.6 Quellen- und Literaturverzeichnis

Im Hinblick auf die Erstellung eines Literaturverzeichnisses empfiehlt es sich, möglichst schon in der Phase der Literatursammlung für jeden Titel der verwendeten Literatur eine Karteikarte anzulegen, auf der sämtliche Daten zu einer Quelle (mit Seitenzahlen) vermerkt sind oder mit einer Literaturdatenbank zu arbeiten (z. B. Endnote). Im Literaturverzeichnis oder Quellenverzeichnis werden die **Quellen** angegeben, und zwar in alphabetischer Reihenfolge nach Verfassernamen. Eine Unterteilung in verschiedenartige Quellen, z. B. Monographien und Zeitschriften unterbleibt. Existieren mehrere Texte einer/eines Autorin/Autors oder Autorenteam, so werden sie chronologisch aufgenommen. Liegen zu einer/einem Autorin/Autor oder einem Autorenteam mehrere Veröffentlichungen im gleichen Jahr vor, so werden die einzelnen Quellen durch Hinzufügen von Kleinbuchstaben in alphabetischer Titelreihenfolge unterschieden, (z. B. Churchill, Gilbert A. (1979a), A New..., Churchill, Gilbert A. (1979b), Determinants of ....). Diese Bezeichnung wird auch bei der Zitierung im Text beibehalten.

Im Einzelnen sind folgenden Angaben für eine vollständige Aufführung einer Quelle im Literaturverzeichnis erforderlich:

- **Verfasser bzw. Autoren: Name und Vorname**  
Es sollen keine Initialen verwendet werden, Name und Vorname sind auszusprechen.
- **Titel des Werkes bzw. Aufsatzes**
  - Bei Aufsätzen aus Zeitschriften wird auch der Titel der Zeitschrift angegeben.
  - Bei Aufsätzen aus Sammelwerken wird auch der Titel des Sammelwerkes angegeben. Vor dem Titel des Sammelwerks ist der Name des Herausgebers gefolgt von dem Hinweis '(Hrsg.)' hinzuzufügen. Der Hinweis auf den Herausgeber kann (muss aber nicht) bei englischsprachigen Titeln '(ed.)' bzw. '(eds.)' lauten. Auf eine konsistente Bezeichnung innerhalb des Literaturverzeichnisses ist auf jeden Fall zu achten.
- Name und Vorname eines Bearbeiters oder Übersetzers (falls erforderlich)
- **Band, Auflage** (bei Monographien und Herausgeberbänden mit mehreren Bänden bzw. Auflagen)
- **Erscheinungsort** (nicht bei Zeitschriften) – bei mehr als zwei Erscheinungsorten werden nur die ersten beiden angegeben, gefolgt von 'u.a.'



- **Verlag** (bei Monographien und Herausgeberbänden)
- **Erscheinungsjahr**
- **Jahrgang** und **Nummer** einer Zeitschrift
- **Seitenzahlen** (bei Zeitschriftenartikeln und Artikeln in Sammelwerken)
- **vollständige URL** und **Datum des Abrufs** (bei Quellen aus dem Internet)

Die hervorgehobenen Angaben sind Mindestbestandteile der jeweiligen Quellenart im Literaturverzeichnis.

Im Folgenden soll anhand von Beispielen gezeigt werden, wie unterschiedliche Quellenarten im Literaturverzeichnis korrekt aufgenommen werden. Einige formale Details, wie z. B. die verwendete Interpunktion oder die Verwendung von Unterstreichungen oder Kursivsetzungen, sind dabei nicht verbindlich, müssen aber im Literaturverzeichnis in jedem Fall konsistent verwendet werden.

### **Selbstständige Bücher und Schriften**

Blackwell, Roger D. / Miniard, Paul W. / Engel, James F. (2001), *Consumer Behavior*, 9. Aufl, Forth Worth u.a.: Harcourt College Publishers.

Fritz, Wolfgang (2000), *Internet-Marketing und Electronic Commerce*, Wiesbaden: Gabler.

### **Beiträge in Sammelwerken / Herausgeberbänden**

Jöreskog, Karl G. (1993), Testing Structural Equation Models, in Bollen, Kenneth A. / Long, J. Scott (Hrsg.), *Testing Structural Equation Models*, Newbury Park, CA: Sage, S. 294-316.

### **Aufsätze in Zeitschriften / Zeitungsartikel**

Mittelstaedt, John D. (2002), A Framework for Understanding the Relationships Between Religions and Markets, *Journal of Macromarketing* 22(1), S. 6-18.

Ist kein Autor genannt, so wird der Beitrag unter o.V. (ohne Verfasser) aufgenommen. Die Namen der Zeitschriften bzw. Zeitungen können abgekürzt werden (z. B. DBW für 'Die Betriebswirtschaft'), sind dann aber in das Abkürzungsverzeichnis aufzunehmen.

o.V. (2001), Weniger Werbung und mehr Beratung, *Der Tagesspiegel*, 57. Jahrg., Nr. 12179, S.18.

## Elektronische Quellen

Zitationen elektronischer Quellen sollen neben Autor, Erscheinungsjahr und Titel den Medientyp (Online, CD-ROM), den Herkunftsort der Quelle (z. B. ftp, telnet, bei http kann der Verweis entfallen) eingeleitet mit dem Verweis 'Verfügbar' (optional auch 'Available') und das Zugangsdatum enthalten. Die Zitationen haben folgende Struktur: Autor (Jahr), Titel, [Medientyp], Verfügbar bzw. Available: Site/Pfad/Datei, [Zugangsdatum].

Smith, Michael (1999), *Understanding Digital Markets: Review and Assessment*, [Online], Available: <http://ecommerce.mit.edu/forum/papers/ERF140.pdf> [28.04.2000].

Falckenberg, Christian (1994), *Internet - Spielzeug oder Werkzeug?*, [Online], Verfügbar FTP: <ftp://ftp.dfv.rwth-aachen.de/pub/doc/Internet/Studienarbeit> [19.03.1999].

Sternberg, Michael L. (1996), *The American Language Dictionary on CD-ROM* (Windows Version), [CD-ROM], Verfügbar: HarperCollins [27.05.1997].

Ist kein Autor erkennbar, so ist der Eigentümer der Seite (im Impressum als redaktionell verantwortlich angegeben) als Autor anzugeben.

FIR e. V. (2002): *Expertenbefragung Servicemanagement* [Online], Verfügbar: [http://www.fir.fhtw-aachen.de/projektseiten/servicemanagement/pages/downloads/expertenbefragung\\_2002.html](http://www.fir.fhtw-aachen.de/projektseiten/servicemanagement/pages/downloads/expertenbefragung_2002.html) [26.06.2006]

Liegen Publikationen sowohl in elektronischer als in herkömmlicher Form vor, muss auf jeden Fall die herkömmliche Quelle zitiert werden. Die elektronische Quelle kann zusätzlich zitiert werden.

ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia (1999), ARD/ZDF-Online-Studie 1999: Wird Online Alltagsmedium?, *Media Perspektiven* 32(8), S. 401-414, [Online], Verfügbar: <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/md-mm/> [19.08.1999]

Zu beachten sind auch die Vorgaben des Prüfungsbüros des Fachbereichs sowie des Lehrstuhls zur Dokumentation der verwendeten elektronischen Texte (vgl. 3.11).

## Sonstige Quellen

Für die Zitierung von in einer Bachelorarbeit eher seltener gebrauchten Quellenarten (z. B. Arbeitspapiere oder andere graue Literatur) sei auf die Literaturquellen am Ende des Merkblatts verwiesen (insbesondere die Richtlinien zur Manuskriptgestaltung der Deutschen Gesellschaft für Psychologie). Unter sonstige Quellen fallen aber auch Vorlesungen, Korrespondenzen oder Interviews. Sie werden in einem separaten Verzeichnis folgendermaßen erfasst:

- Name des Professors (Jahr), Unveröffentlichtes Vorlesungsmanuskript, Semester, Hochschule.
- Gesprächspartner (Jahr): Thema des mündlichen Interviews / Gesprächsthema / Thema der Korrespondenz, (Art der Kommunikation, z. B. mündliches Interview, Briefkorrespondenz), Institution, Ort und Datum.

Liegen Veröffentlichungen zu Vorlesungen vor oder wurden Arbeitspapiere oder andere graue Literatur in einer allgemein zugänglichen Art veröffentlicht, muss auf jeden Fall aus der Veröffentlichung zitiert werden, nicht aus dem Vorlesungsmanuskript.

## 5 Bewertungskriterien

Bei der Beurteilung der Bachelorarbeit werden folgende inhaltliche und formale Kriterien herangezogen:

Inhaltliche Substanz, theoretische Fundierung und Abgrenzung des Themas

- Verständnis und Anwendung von Begriffen, Theorien und Methoden
- Themenbezogenheit und Abdeckung des Themas
- Selbstständige Argumentation
  - Grad der Selektion und Integration der Argumente
  - Stichhaltigkeit eigener Folgerungen
  - Klarheit der Gedankenführung, gedankliche Schlüssigkeit
  - kritische Reflexion und Diskussion der eigenen Aussagen
- Literaturbasis und Literaturlauswertung
  - Berücksichtigung der wichtigsten Aufsätze
  - Berücksichtigung schwer zugänglicher Literatur
  - Aktualität der Literatur
  - ggf. eigene Recherchen oder Forschungsaktivitäten
- Formale Gesichtspunkte
  - Orthographie, Interpunktion
  - Stil/Ausdruck, Verständlichkeit
  - formale Richtigkeit der Zitierweise und Gestaltung des Literaturverzeichnis
- Ordnung und Transparenz
  - Anlage, Aufbau, Gliederung der Arbeit (Gewichtung, Proportionen, logische Konsistenz)
  - Feinstruktur, Gedankenführung und Organisation der Arbeit
  - Verwendung von Verzeichnissen, Fußnoten o.ä.
  - Äußerer Eindruck (Erscheinungsbild)
  - Optische Untermauerung (Visualisierung)

## 6 Literaturempfehlungen zum wissenschaftlichen Arbeiten

- Bänsch, Axel (2003), *Wissenschaftliches Arbeiten: Seminar- und Bachelorarbeiten*, 8. Aufl., München u.a.: Oldenbourg.
- Barthel, Jens (1997), *Wissenschaftliche Arbeiten schreiben in den Wirtschaftswissenschaften*, Berlin: Spitz.
- Deutsche Gesellschaft für Psychologie (Hrsg.) (1997), *Richtlinien zur Manuskriptgestaltung*, 2. Aufl., Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Engel, Stefan (Hrsg.) (2003), *Die Bachelorarbeit*, 3. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Pöschel.
- Krämer, Walter (1995), *Wie schreibe ich eine Seminar-, Examens- und Bachelorarbeit. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten für Studierende aller Fächer an Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien*, 4. Aufl., Stuttgart u.a.: Fischer.
- Lück, Wolfgang, (2002), *Technik des wissenschaftlichen Arbeitens: Seminararbeit, Bachelorarbeit, Dissertation*, 8. Aufl., München u.a.: Oldenbourg.
- Theisen, Manuel R. (2002), *Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Methodik, Form*, 11. Aufl., München: Vahlen.