

## Universität Bielefeld

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing

# Formvorschriften zum Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten

Bielefeld, Mai 2016

## Vorwort

Die folgenden **Richtlinien zum Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten** beziehen sich auf die formale Gestaltung von **Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten**, die am Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing der Universität Bielefeld angefertigt werden. Die in diesem Dokument beschriebenen Formvorschriften sind **verpflichtend** und **unbedingt einzuhalten**.

Alle weiteren möglichen Formalia können frei gewählt werden, sollten sich jedoch an wissenschaftlichen Standards orientieren. Daher stellen andere einschlägige Werke eine sinnvolle Ergänzung dar. Dazu gehören beispielsweise:

1. Karmasin, M.; Ribing, R. (2013): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfa-  
den für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und  
Dissertationen, 7., aktualisierte Aufl., Wien: facultas.wuv.
2. Theisen, M. R. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Mas-  
terarbeit, 16., vollständig überarbeitete Auflage, München: Vahlen.

In dieser Formvorschrift wird der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer miteingeschlossen.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Forschungsfrage</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Einführung</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Wichtige Empfehlungen zur Beantwortung der Fragestellungen</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Fazit</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Literatursuche</b>	<b>4</b>
<b>6</b>	<b>Allgemeine formale Richtlinien</b>	<b>6</b>
6.1	Sprache	6
6.2	Anzahl der Exemplare	6
6.3	Seitenformat	7
6.4	Zeilenabstand und Schrifttyp	7
6.5	Umfang der Arbeit	8
6.6	Generelles Ordnungsschema	8
<b>7</b>	<b>Titelblatt</b>	<b>9</b>
<b>8</b>	<b>Inhaltsverzeichnis und Gliederung</b>	<b>9</b>
<b>9</b>	<b>Abbildungen und Tabellen</b>	<b>10</b>
<b>10</b>	<b>Abkürzungen</b>	<b>11</b>
<b>11</b>	<b>Zitieren und Quellenangaben</b>	<b>11</b>
11.1	Direkte und Indirekte Zitate	11
11.2	Zitierrichtlinien	12
11.2.1	Kurzbelege im Text	12
11.2.2	Vollbelege im Literaturverzeichnis	13
<b>12</b>	<b>Anhang &amp; Anhangsverzeichnis</b>	<b>14</b>
<b>13</b>	<b>Versicherung</b>	<b>15</b>
<b>14</b>	<b>Template für Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten</b>	<b>16</b>

## 1 Forschungsfrage

Der Kern Ihrer Arbeit besteht in der Entwicklung, Bearbeitung und Beantwortung einer zentralen Fragestellung. Die Formulierung einer präzisen Forschungsfrage ist ein arbeitsintensiver, aber notwendiger Prozess zu Beginn Ihrer Arbeit. Beachten Sie, dass das Thema Ihrer Arbeit lediglich einen Arbeitstitel darstellt. Versuchen Sie deshalb Ihre Arbeit in einer einzigen zentralen Frage zu formulieren, um das Ziel und den Zweck leichter definieren zu können. Die Forschungsfrage kann wiederum in Unterfragen unterteilt werden. Unterfragen liefern Ihnen Ansatzpunkte, welche Informationen zur Beantwortung der unterschiedlichen Fragen recherchiert werden müssen.

Grundsätzlich wird zwischen fünf Typen wissenschaftlicher Forschungsfragen unterschieden (Nienhüser/Magnus 1998, S. 6):

Fragetyp	Leitfrage	Beispiel
Beschreibung	Was ist der Fall? Wie sieht die „Realität“ aus? (oder auch: Sieht die Realität wirklich so aus?)	Wie hat sich die Arbeitskräftemobilität in der EU seit 2001 verändert?
Erklärung	Warum ist etwas der Fall?	Warum hat sich die Arbeitskräftemobilität in der EU seit 2001 in bestimmter Art und Weise (nicht) verändert?
Prognose	Wie wird etwas künftig aussehen? Welche Veränderungen werden eintreten?	Wie wird sich die künftige Arbeitskräftemobilität in der EU verändern?
Gestaltung	Welche Maßnahmen sind geeignet, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen?	Wie kann die Arbeitskräftemobilität in der EU gefördert werden?
Kritik/Bewertung	Wie ist ein bestimmter Zustand vor dem Hintergrund explizit genannter Kriterien zu bewerten?	Wie sind die Maßnahmen der EU bezüglich der Arbeitskräftemobilität im Hinblick auf Chancengleichheit zu bewerten?

**Tabelle 1: Grundtypen verschiedener Fragestellungen**

Forschungsfragen von Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten stammen in der Regel aus den Bereichen **Beschreibung** und **Erklärung**.

**Empfehlung:** Der Aufbau und Inhalt Ihrer Arbeit sollte sich an den formulierten Forschungsfragen orientieren. Deren Erklärung stellt das Ziel Ihrer Arbeit dar.

## 2 Einführung

Die Einleitung ist eines der wichtigsten Kapitel Ihrer Arbeit. Bei der Erstellung muss darauf geachtet werden, dass folgende Punkte berücksichtigt werden:

- Kompakte und fokussierte Einführung in die Thematik
- Warum ist die Thematik relevant?
- Was ist das Problem und wieso ist es nicht trivial?
- Was sind Ziele Ihrer Arbeit?
- Aufbau der Arbeit

Die Einleitung sollte dem Leser einen **interessanten Einstieg** in die Thematik Ihrer Arbeit ermöglichen. Hierbei ist es wichtig zu beschreiben, in welchem inhaltlichen Feld Ihre Arbeit anzusiedeln ist. Bei der Erläuterung Ihrer Problemstellung sollte die **Relevanz** Ihres Themas anschaulich herausgearbeitet werden. Ein zentraler Aspekt im Rahmen der Einführung stellt die **Motivierung des Themas** und die **Nennung der Ziele** Ihrer Arbeit dar, damit der Leser beurteilen kann, was Sie mit Ihrer Arbeit erreichen wollen. Abschließend ist der Aufbau Ihrer Arbeit kurz und prägnant zu skizzieren.

Die Einführung sollte der Problemdarstellung dienen und **keine Ergebnisse der Arbeit vorwegnehmen**.

**Empfehlung:** Vor Beginn des Arbeitsprozesses sollte die Problemstellung und insbesondere die Ziele Ihrer Arbeit so präzise wie möglich formuliert werden. Nur so kann ein zielgerichtetes Arbeiten gewährleistet werden.

### 3 Wichtige Empfehlungen zur Beantwortung der Fragestellungen

- Achten Sie darauf, dass Ihre Arbeit einen „**roten Faden**“ hat. Dies meint, dass sie aus einer logisch und sinnhaft aufeinander aufbauenden Argumentation besteht. Der „rote Faden“ orientiert sich an der eingangs aufgestellten Fragestellung. In jedem Kapitel sollte deutlich werden, warum dieses für die Beantwortung der Fragestellung wichtig ist. Der „rote Faden“ beginnt in der Einleitung und endet im Schlussteil. Im Fazit der Arbeit sollte daher explizit auf die Fragestellung zurückgegriffen werden und der Erkenntnisgewinn der Arbeit skizziert werden.
- **Abbildungen und Tabellen** stellen für den Leser Ihrer Arbeit eine wesentliche Erleichterung dar. Sie helfen ihm, komplizierte Texte und Zusammenhänge durch eine visuelle Aufbereitung besser zu verstehen. Entsprechend sollten Sie versuchen die Argumentation Ihrer Arbeit mit geeigneten Abbildungen und Tabellen zu **unterstützen**.
- Zur strukturierten Darstellung von Methoden, Modellen und Studien eignen sich **Klassifikationen**. Im Rahmen einer Klassifikation erhält der Leser einen **vollständigen Überblick** über die verfügbaren respektive bekannten Methoden, Modelle und Studien. Werden im weiteren Verlauf der Arbeit lediglich ausgewählte Modelle, Methoden oder Studien betrachtet, so sollte eine entsprechende Auswahl sorgfältig nach inhaltlichen Kriterien begründet werden.
- Um verschiedene Methoden, Modelle und Studien zu beurteilen oder zu vergleichen, empfiehlt es sich, **im Vorfeld** geeignete **Beurteilungskriterien** zu entwickeln. Diese bilden zu einem späteren Bearbeitungszeitpunkt die Beurteilungsgrundlage.
- Um eine größere Anzahl von empirischen Studien zu vergleichen, ist es nicht in allen Fällen sinnvoll, sämtliche Studien ausführlich darzustellen. Zielführender ist häufig ein **Überblick** in Form einer Tabelle.
- Werden hingegen verschiedene empirische Studien ausführlich dargestellt, sollte insbesondere herausgearbeitet werden, inwiefern sich die Ergebnisse ent- bzw. widersprechen. Im Fall von widersprüchlichen Ergebnissen gilt es zu untersuchen, wodurch diese Unterschiede erklärt werden können. Hierzu empfiehlt es sich, die **unterschiedliche Vorgehensweise** der jeweiligen **Untersuchungen** genauer zu analysieren.
- Sofern Sie im Rahmen Ihrer Arbeit eine **empirische Untersuchung** durchführen oder Daten auswerten, sollten Sie zusätzlich folgendes beachten:

- **Diskutieren** Sie die Ergebnisse der zuvor aufgestellten Hypothesen oder suchen Sie nach **inhaltlichen Erklärungen** falls Ihre Ergebnisse den Hypothesen widersprechen.
- Für die Analyse von Daten können Sie auf verschiedene **statistische Analyseprogramme** (z. B. SPSS, R) zugreifen. Diese werden z. B. durch das Hochschulrechenzentrum zur Verfügung gestellt.

## 4 Fazit

Das Fazit schließt die Arbeit (als Gegenstück zur Einführung) mit einer **Zusammenfassung der gewonnenen Ergebnisse**, einer Darstellung der **Limitationen** und einem **Ausblick auf weiterführende Fragestellungen**. Dabei ist zu beachten, dass Sie auf Ihre Eingangs formulierte Problemstellung zurückkommen und Implikationen für Wissenschaft und Praxis aufzeigen. Des Weiteren wird erwartet, dass Ihre **Forschungsfrage(n)** im Rahmen des Fazits **eindeutig beantwortet** werden.

## 5 Literatursuche

Grundsätzlich bestehen verschiedene Möglichkeiten der Literatursuche und -auswertung. Wir empfehlen im Rahmen Ihrer Literaturrecherche eine Kombination verschiedener Suchstrategien.

**Recherche in wissenschaftlichen Zeitschriften:** Wissenschaftliche Zeitschriften gehören zu den wichtigsten Quellen im Rahmen Ihrer Literatursuche. Die Qualität einer Quelle kann z. B. anhand des JOURQUAL-Rankings des Verbands für Hochschullehrer für BWL ([VHB-Ranking](#)) eingeordnet werden. Das Spektrum reicht dabei von A+ (herausragende und weltweit führende wissenschaftliche Zeitschriften im Fach BWL) bis D (wissenschaftlich anerkannte BWL-Zeitschriften). Als Grundlage Ihrer Arbeit sollten Sie versuchen, überwiegend hoch „gerankte“ (englischsprachige) Zeitschriftenartikel zu verwenden. Daher sollten Sie Ihre Recherche mit dem Durchsehen von wissenschaftlichen Zeitschriften beginnen.

Zu den weltweiten Top-Zeitschriften im Marketing gehören nach dem JOURQUAL-Ranking beispielsweise:

- Journal of Marketing
- Journal of Consumer Research
- Journal of Marketing Research
- Marketing Science

Zugriff auf die wichtigsten wissenschaftlichen Zeitschriften erhalten Sie über das Netzwerk der Universität Bielefeld.

#### **Weitere Möglichkeiten der Literatursuche:**

- Schlagwortsuche in Datenbanken: [Web of Science](#) oder [EBSCO](#)
- BASE und Fernleihe der Universitätsbibliothek
- [Google Scholar](#)

Während Ihrer Literaturrecherche werden Sie auf unterschiedliche Quellen stoßen, die sich hinsichtlich ihrer Qualität unterscheiden. Beachten Sie, dass nicht alle Quellen gleichermaßen zitierfähig sind.

#### **Zitierfähig sind z. B.:**

- veröffentlichte, wissenschaftliche Quellen und Sekundärmaterialien (z. B. wissenschaftliche Zeitschriften, Monographien, Sammelwerke)
- nicht-veröffentlichte, wissenschaftliche Arbeiten (z. B. Arbeits- und Diskussionspapiere von Universitäten)
- mündliche Auskünfte von ausgewiesenen Fachleuten unter Nennung des Urhebers und ggf. dessen Adresse

#### **Nicht zitierfähig sind z. B.:**

- Publikumszeitschriften (z. B. Hörzu, Apotheken-Umschau)
- Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten
- Vorlesungsmanuskripte



Die in der Regel seitens des Lehrstuhls ausgegebene Einstiegsliteratur soll Ihnen einen Einstieg in das Themengebiet ermöglichen, ist jedoch nicht notwendigerweise die wichtigste Quelle für Ihre Fragestellung. Reflektieren Sie diese stets kritisch!

**Empfehlung:** Ihre Arbeit wird nicht nach der Quantität der verwendeten Quellen beurteilt, sondern nach deren **Relevanz** für Ihr Thema. Setzen Sie sich stets kritisch mit der **Qualität von Quellen** auseinander.

## 6 Allgemeine formale Richtlinien

Der folgende Abschnitt behandelt allgemeine formale Richtlinien zur Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit am Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing.

### 6.1 Sprache

Alle wissenschaftlichen Arbeiten, die am Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing betreut werden, können in **deutscher** oder **englischer Sprache** angefertigt werden. In beiden Fällen sind die entsprechenden Rechtschreibregelungen konsequent einzuhalten. Darüber hinaus wird eine präzise und angemessene Fachsprache erwartet, die es dem Leser erlaubt, Aussagen richtig und in vollem Umfang zu erfassen sowie Gedankengänge des Autors nachzuvollziehen. Vermeiden Sie Übertreibungen, Superlative (z. B. „überragend“, „großartig“) sowie Umgangssprache (z. B. „irgendwie“, „wohl“) und achten Sie auf den Gebrauch neutraler Formulierungen. Verzichten Sie auf Spekulationen nach dem Schema „was wäre wenn“. Beachten Sie, dass die Zahlen eins bis zwölf **im Text** ausgeschrieben werden, für alle anderen Zahlenangaben können Ziffern verwendet werden. Aus Gründen der Verständlichkeit achten Sie auf die Verwendung von **kurzen und klaren Sätzen**. Komplexe Satzkonstruktionen (Verschachtelungen und Nebensätze) sind zu vermeiden. Um die Lesefreundlichkeit Ihrer Arbeit zu erhöhen, verwenden Sie Absätze, um thematische Blöcke innerhalb Ihrer Arbeit auch visuell voneinander zu trennen.

### 6.2 Anzahl der Exemplare

**Bachelor- und Masterarbeiten** sind in **dreifacher (gebundener) Ausfertigung** sowie **elektronisch auf einem Datenträger** (CD/DVD) im zuständigen Prüfungsamt abzugeben. Auf dem elektronischen Datenträger müssen folgende Dokumente abgespeichert werden:

- eine elektronische Fassung der Arbeit im Word- und PDF-Format
- Literaturordner (soweit vorhanden, sonst papiergestützt am Lehrstuhl)
- Quellcodes (SPSS-Syntax, R-Code etc.)
- eine [anonymisierte Version](#) der Arbeit im PDF-Format
- sonstige arbeitsrelevante Informationen (z. B. Transkription, Audiodateien etc.)

Bitte benennen Sie Ihre Dokumente stets mit Ihrem Familiennamen, Vornamen sowie dem aktuellen Kalenderjahr (z. B. „Masterarbeit\_Müller\_Peter\_2016.pdf“).

**Seminararbeiten** sind in **zweifacher gedruckter Ausfertigung** (geheftet oder gebunden) sowie **einfach elektronisch** am Lehrstuhl abzugeben. Die Gestaltung des elektronischen Datenträgers entspricht dem von Bachelor- und Masterarbeiten.

Für etwaige Änderungen beachten Sie bitte die [FAQ's des Prüfungsamtes für Wirtschaftswissenschaften](#).

	Bachelorarbeiten	Masterarbeiten	Seminararbeiten
<b>Druckversion</b>	3-fach beim Prüfungsamt (gebunden)		2-fach am Lehrstuhl (geheftet oder gebunden)
<b>Elektronische Version</b>	1-fach beim Prüfungsamt		1-fach am Lehrstuhl
<b>Literaturordner</b>	Soweit vorhanden elektronisch (sonst papiergestützt) am Lehrstuhl		

### 6.3 Seitenformat

Bei der Anfertigung von Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten sind **weiße DIN-A4-Blätter** zu verwenden, welche einseitig bedruckt werden.

**Seitenränder:**

- Oben: 2,5cm; Unten: 2,0cm
- Blattrand links: 3cm; Blattrand rechts: 2cm

### 6.4 Zeilenabstand und Schrifttyp

Die Arbeiten sind in **1,5-zeiligem Abstand** im **Blocksatz** zu verfassen. Dabei muss die Schriftart **Times New Roman** in **12 pt** verwendet werden. **Überschriften** sind in Schriftgröße **13-14 pt** zu wählen. Ausnahmen hiervon sind Fußnoten sowie die Beschriftung von Abbil-

dungen und Tabellen, für die eine Schriftgröße von 10 Punkten und ein Zeilenabstand von 1,0 zu verwenden ist (ebenfalls Times New Roman).

## 6.5 Umfang der Arbeit

Für Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten gelten folgende **Richtwerte** (ohne Verzeichnisse und Anhänge):

- Bachelorarbeiten: 10 bis 30 Seiten
- Seminararbeiten: 20 bis 30 Seiten
- Masterarbeiten: 40 bis 80 Seiten

Abbildungen und Tabellen **gehören zum Text** und sind in die Zählung **miteinzubeziehen**.

Weiterführende, fächerspezifische Bestimmungen finden Sie unter den folgenden Links:

- [Bachelor](#) / [Master](#)

## 6.6 Generelles Ordnungsschema

Im Rahmen von Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten wird empfohlen, sich an dem folgenden Ordnungsschema zu orientieren:

Punkt	Art der Seite	Seitenformat
1	Titelblatt	keine
2	Inhaltsverzeichnis	II
3	ggf. Abbildungsverzeichnis	III
4	ggf. Tabellenverzeichnis	IV
5	ggf. Formelverzeichnis	V
6	ggf. Abkürzungsverzeichnis	VI
7	Text	1,2,3...
8	Literaturverzeichnis	...
9	ggf. Anhangsverzeichnis (bei mehr als zwei Einträgen im Anhang)	...
10	Anhang	...
11	Versicherung der Studierenden zu Bachelor- und Masterarbeiten	n

## 7 Titelblatt

Das Titelblatt von Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten muss einem einheitlichen Muster entsprechen. Entsprechende Vorlagen finden Sie unter dem folgenden Link:

<http://www.wiwi.uni-bielefeld.de/organisation/pamt/formulare>

Titelblätter von Seminararbeiten müssen zusätzlich folgende Informationen beinhalten:

- Veranstalter/-in der Lehrveranstaltung
- Belegnummer und Veranstaltungsbezeichnung
- Aktuelles Semester
- E-Mail-Adresse

## 8 Inhaltsverzeichnis und Gliederung

Bei der Strukturierung Ihrer Arbeit sollten Sie folgende Punkte beachten:

- Das Inhaltsverzeichnis wird dem **Abstufungsprinzip** folgend in numerischer Ordnung erstellt. Die Seiten der Inhalts-, Abbildungs-, Tabellen- und ggf. Abkürzungs- sowie Formelverzeichnisse müssen fortlaufend in römischen Zahlen, beginnend mit II, nummeriert werden (das Titelblatt ist Seite I, allerdings wird hier die Seitenzahl **nicht aufgeführt**).
- Der eigentliche Text, das Literaturverzeichnis, ein ggfs. vorhandener Anhang sowie die Versicherung werden mit arabischen Zahlen nummeriert. Der Text der Arbeit beginnt mit Seite 1.
- Die einzelnen Positionen des Inhaltsverzeichnisses müssen mit den Überschriften der Abschnitte im Text übereinstimmen und sollten **knapp und präzise** formuliert werden.
- Es ist darauf zu achten, dass jede Untergliederung **mindestens zwei Gliederungspunkte** aufweisen muss (z. B. kein „2.1“ ohne „2.2“).
- Die Gliederung sollte sich an den **Zielsetzungen** Ihrer Arbeit orientieren.
- Positionen **gleicher Stufe** müssen auch **inhaltlich den gleichen Rang** einnehmen, wobei die Länge eines Gesamtabschnitts auch dessen Beitrag zur Beantwortung der Forschungsfragen der Arbeit widerspiegeln sollte.

- Es sollte möglichst **nicht** über die dritte Gliederungsebene hinausgegangen werden. Sollten vier Ebenen sinnvoll erscheinen, können im Text Zwischenüberschriften, die nicht nummeriert werden müssen, eingefügt werden. Der Umfang dieser Abschnitte sollte mindestens eine halbe Seite umfassen.

**Empfehlung:** Um zu vermeiden, dass Ihre Arbeit irrelevante Aspekte enthält, sollten Sie sich bei jedem Abschnitt die Frage stellen, ob die dargestellten Inhalte einen wirklichen **Beitrag zur Beantwortung** der formulierten Zielsetzung (bzw. Forschungsfrage(n)) leisten.

## 9 Abbildungen und Tabellen

Abbildungen und Tabellen können (und sollen) dazu verwendet werden, komplizierte Texte oder Zusammenhänge für den Leser **anschaulich aufzubereiten**. Des Weiteren wird bei einer Vielzahl an empirischen Studien die Erstellung einer Literaturtabelle empfohlen.

Tabellen und Abbildungen sind zu nummerieren und möglichst klar zu betiteln. Die Nummerierung kann durchgängig oder kapitelweise (auf Hauptkapitel beziehend) erfolgen.

### **Beispiele:**

Tabelle 4.1: Überblick über Studien zur Markenloyalität  
*oder*

Tabelle 13: Überblick über Studien zur Markenloyalität

Sofern ein Schaubild oder eine Tabelle unverändert aus einer Quelle entnommen wird, muss dies unmittelbar unter der Darstellung kenntlich gemacht werden.

### **Beispiel:**

Tabelle 1.1: Datenbeispiel zu Preis-Absatz-Modellierung (Quelle: Decker et al. 2015, S. 9).

- Werden Abbildungen und Tabellen in veränderter Form dargestellt, muss mit dem Zusatz „**in Anlehnung an**“ auf die Originalquelle verwiesen werden. Bei vom Verfasser eigenständig entwickelten Abbildungen und Tabellen ist vom Zusatz „Eigene Darstellung“ abzusehen.
- Abbildungen und Tabellen müssen einen Bezug zum Text aufweisen und sind in diesem zu **benennen**. Umfangreichere Darstellungen, wie z. B. Fragebögen oder größere tabellarische Darstellungen, sind in den Anhang zu stellen.

- Die nummerierten Abbildungen und Tabellen müssen entsprechend ihrer Reihenfolge in einem **Abbildungs-** und einem **Tabellenverzeichnis** auf je einer Seite aufgeführt werden.

## 10 Abkürzungen

Abkürzungen sind so weit wie möglich zu vermeiden. Akzeptiert sind nur Abkürzungen für Ausdrücke, die im Duden aufgeführt sind („z. B.“, „usw.“...). Diese müssen **nicht** in einem Abkürzungsverzeichnis aufgeführt werden. Bei englischen Arbeiten gilt dies entsprechend, sofern diese z. B. im Oxford Dictionary aufgeführt sind. Alle weiteren, unvermeidlichen Abkürzungen müssen in einem Abkürzungsverzeichnis aufgeführt werden. Wird eine Abkürzung im Text zum ersten Mal verwendet, so ist das Wort zuerst auszuschreiben und die Abkürzung nachfolgend in Klammern zu setzen. Anschließend soll die Abkürzung, sofern sie im Abkürzungsverzeichnis aufgeführt wird, in der gesamten Arbeit verwendet werden.

## 11 Zitieren und Quellenangaben

Alle wörtlichen oder sinngemäßen Gedanken, die aus externen Quellen übernommen werden, sind als Zitate zu kennzeichnen. Zitate müssen nachprüfbar sein und als fremdes Gedankengut kenntlich gemacht werden.

### 11.1 Direkte und Indirekte Zitate

**Wörtliche (direkte) Zitate** sind mit Anführungszeichen zu versehen. Gedanken und Ausführungen Dritter werden hierbei buchstaben- und zeichengetreu in den eigenen Text übernommen.

**Beispiel:** „Bei der Gewinnung von Neuproduktideen kann auf verschiedene unternehmensinterne und -externe Ideenquellen zurückgegriffen werden“ (Decker et al. 2015, S. 75).

Auslassungen bei Zitaten sind durch drei Punkte „(...)“ anzuzeigen. Anmerkungen und Ergänzungen des Verfassers stehen in eckigen Klammern „[Anmerkung]“. Englische Zitate werden im Original übernommen.

Ein **indirektes Zitat** ist die sinngemäße (nicht wortwörtliche) Übernahme von Gedanken Dritter in die eigene Arbeit. Hierbei muss erkenntlich sein, welchen Umfang die sinngemäße Übernahme besitzt.

**Beispiel:** Die markt- bzw. kundengerechte Gestaltung von Produkten zur Befriedigung von Kundenbedürfnissen ist das vorrangige Ziel der Produktpolitik (Decker 2015 et al., S. 71).

## 11.2 Zitierrichtlinien

Die Quellangaben zu fremden Gedankengängen müssen zum einen als **Kurzbeleg im Text** und zum anderen als **Vollbeleg im Literaturverzeichnis** aufgeführt werden. Sofern zugänglich, ist nach dem Originaltext zu zitieren. Andernfalls sind Quellenangaben aus der Sekundärliteratur zulässig und müssen mit dem Hinweis: „zitiert nach ...“ gekennzeichnet werden.

### 11.2.1 Kurzbelege im Text

Die Angabe der Quellen erfolgt **nicht** in den Fußnoten, sondern im Text nach folgendem Schema:

- ...(Nachname Erscheinungsjahr, Seite)...

**Beispiel:** ...(Decker 2014, S. 62)...

- Wurde eine Quelle von **genau zwei Autoren** verfasst, sind die Namen der Verfasser durch ein „/“ zu verbinden (Beispiel 1). Findet die Nennung der Autoren explizit im Fließtext statt, so sind die Namen durch ein „und“ zu trennen (Beispiel 2).

**Beispiel 1:** ...erzeugte in der Versicherungsindustrie nur geringes Interesse (Kaltenbacher/Decker 2014, S. 37).

**Beispiel 2:** Wie Kaltenbacher und Decker (2014, S. 37) ausführen...

- Bei **mehr als zwei Autoren** wird der Ausdruck „et al.“ verwendet (Beispiel: Decker et al. 2015, S. 71).
- Werden mehrere Arbeiten eines Autors aus **einem Erscheinungsjahr** verwendet, so sind diese durch eine zusätzliche Nummerierung, z. B. der Art Bruhn (2010a) und Bruhn (2010b), eindeutig identifizierbar zu machen.

- Bezieht sich ein Verweis auch auf die folgende Seite einer Quelle, muss dies durch das Kürzel „f.“ im Anschluss an die Seitenangabe gekennzeichnet werden. Werden mehrere aufeinander folgende Seiten einbezogen, so ist das Kürzel „ff.“ anzugeben.
- Es können **mehrere Quellen in der gleichen Klammer** genannt werden. Diese werden durch ein Semikolon getrennt und nach Erscheinungsjahr aufsteigend sortiert.
- Beziehen sich mehrere aufeinanderfolgende Sätze auf dieselbe Quelle, besteht die Möglichkeit der **Verkürzung**. Während nach dem ersten Satz der Kurzbeleg einzufügen ist, reicht bei den folgenden Sätzen die Quellenangabe (ebd.) (= ebenda) aus.

### 11.2.2 Vollbelege im Literaturverzeichnis

Die Vollbelege der in der Arbeit **verwendeten** Quellen sind unter Voranstellung der Namen des Autors bzw. der Autoren in alphabetischer Reihenfolge in einem Literaturverzeichnis aufzuführen. Bei den Literaturangaben ist auf **Vollständigkeit** und **Konsistenz** zu achten, sodass alle notwendigen Informationen enthalten sind und die jeweilige Quelle ohne Probleme auffindbar ist. Ist der Autor einer Quelle unbekannt, so ist diese mit „o. V.“ (ohne Verfasser) auszuweisen.

#### a) Bücher/Monographien:

Name(n), Initialen Vorname(n) (Erscheinungsjahr): Titel des Buches: Untertitel, Auflage (falls mehr als eine), Erscheinungsort/e: Verlag.

**Beispiel:** Decker, R.; Kroll, F.; Meißner, M.; Wagner, R. (2015): Marketing: Eine entscheidungsorientierte Einführung, Berlin: Springer.

#### b) Artikel aus Fachzeitschriften:

Name(n), Initialen Vorname(n) (Erscheinungsjahr): Titel des Artikels: Untertitel, in: Name der Zeitschrift, Jahrgang (Heft-Nr.), Seitenzahl/en.

**Beispiel:** Meißner, M.; Kottemann, P.; Decker, R.; Scholz, S. (2015): The Benefits of Computer-Based Brand Concept Mapping, in: Schmalenbach Business Review, 67 (4), S. 430-453.



**c) Artikel aus Sammelwerken:**

Name(n), Initialen Vorname(n) (Erscheinungsjahr): Titel des Artikels: Untertitel, in: Name, Initialen des Vornamens (der/des Herausgeber/s) (Hrsg.): Titel des Sammelwerkes: Untertitel, Erscheinungsort/e: Verlag, Seitenzahl/en.

**Beispiel:** Decker, R.; Wagner, R. (2008): Fehlende Werte: Ursachen, Konsequenzen und Behandlung, in: Hermann, A.; Homburg, C.; Klarmann, M. (Hrsg.): Handbuch Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Gabler, S. 53-80.

**d) Arbeits- oder Diskussionspapiere:**

Name(n), Initialen Vorname(n) (Erscheinungsjahr): Titel des Arbeits- oder Diskussionspapiers: Untertitel, Nr. des Arbeits- oder Diskussionspapiers, Fakultät oder Institut, Universität.

**Beispiel:** Decker, R.; Ghibba, K. (2008): Konsumentenforschung in Web 2.0: Quantitative Analyse digitaler Kundenmeinungen am Beispiel der Mobiltelefonindustrie, Diskussionspapier Nr. 575, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Universität Bielefeld.

**e) Internet-Quellen:**

Name(n), Initialen Vorname(n) (Erscheinungsjahr): Titel, Internetquelle, Online im Internet: URL [Stand, Zugriffsdatum].

**Beispiel:** American Marketing Association (2013): Definition of Marketing, American Marketing Association, Online im Internet:  
<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> [Stand: Juli 2013, Zugriffsdatum: 15. April 2016].

## 12 Anhang & Anhangsverzeichnis

Um Platzprobleme zu vermeiden, sind diejenigen Abbildungen oder Tabellen, die nicht zentral für das Verständnis und den roten Faden Ihrer Arbeit sind oder Zusatzinformationen darstellen, in den Anhang zu stellen. Bei mehr als zwei Einträgen sind diese in einem Anhangsverzeichnis aufzulisten, welches dem Anhang vorangestellt ist (siehe Ordnungsschema 2.6).

## 13 Versicherung

Eine Versicherung oder eidesstattliche Erklärung ist **nur bei Bachelor- und Masterarbeiten** notwendig, jedoch nicht bei Seminararbeiten. Bei Bachelor- und Masterarbeiten müssen Sie folgenden Text aufnehmen und unterschreiben:

Ich versichere, dass ich diese Bachelorarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen benutzt habe.

Die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen habe ich als solche kenntlich gemacht.

Diese Versicherung gilt auch für alle gelieferten Datensätze, Zeichnungen, Skizzen oder grafischen Darstellungen.

Des Weiteren versichere ich, dass ich das Merkblatt zum „Umgang mit Plagiaten“

<http://www.wiwi.uni-bielefeld.de/organisation/pamt/uploads/PlagiatInfo-BlattStudenten.pdf>

gelesen habe.

Bielefeld, den \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Unterschrift

## 14 Template für Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten

Um Ihnen zu ermöglichen, sich möglichst intensiv auf die inhaltliche Bearbeitung Ihrer Arbeit konzentrieren zu können, wurde eine Word-Vorlage erstellt, die Sie für Ihre Arbeit verwenden können. In dieser Vorlage sind enthalten:

- Titelblatt
- Inhaltsverzeichnis
- Weitere Verzeichnisse:
  - Abbildungsverzeichnis
  - Tabellenverzeichnis
  - Formelverzeichnis
- Abkürzungsverzeichnis
- Text (inkl. Formatierungen)
- Literaturverzeichnis
- Anhang
- Versicherung

Eine **eigenständige Prüfung** und **eventuelle Anpassung** der Formatierungen (inkl. Verzeichnisse, Titelblatt und Versicherung) an die Formvorschriften des Lehrstuhls ist zwingend notwendig. Das Template dient lediglich als Hilfestellung!

Sie finden das Template unter folgendem Link:

<http://www.uni-bielefeld.de/wiwi/marketing/lehre/formalia.html>

Bei der Anfertigung Ihrer Arbeit wünschen wir viel Erfolg!