

Richtlinien zur formalen Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten

Stand: Januar 2017

1. Einzureichende Exemplare und Dateien, Umfang

Die Abgabe der wissenschaftlichen Arbeit hat fristgemäß im Lehrstuhlsekretariat zu erfolgen. Es gelten folgende Richtlinien:

	Bachelorseminararbeit	Masterseminararbeit	Bachelorarbeit	Masterarbeit
Ausfertigung schriftlich	<ul style="list-style-type: none"> • Spiralbindung • 2-fach 	<ul style="list-style-type: none"> • Spiralbindung • 2-fach 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfache Klebebindung • 2-fach • Muss eidesstattliche Erklärung enthalten (s. Kapitel 9) 	
Ausfertigung elektronisch	<ul style="list-style-type: none"> • Auf CD/USB-Stick/per Email^a <ul style="list-style-type: none"> ○ 1 x PDF-Datei ○ 1 x PDF-Datei anonymisiert (ohne Angabe personenbezogener Daten wie Name, Matrikelnummer etc.) ○ 1 x Word-/Latex-Datei 		<ul style="list-style-type: none"> • Auf CD/USB-Stick/per Email^a <ul style="list-style-type: none"> ○ 1 x PDF-Datei ○ 1 x PDF-Datei anonymisiert (ohne Angabe personenbezogener Daten wie Name, Matrikelnummer etc.) ○ 1 x Word-/Latex-Datei ○ Datengrundlage (Fragebögen etc.) ○ <i>Bei empirisch quantitativer Arbeit:</i> SPSS- oder Excel-Datensatz ○ <i>Bei empirisch qualitativer Arbeit:</i> Transkripte oder Zusammenfassungen der Interviews 	
Erwarteter Umfang und tolerierte Abweichung	15 Textseiten ^b +/- 10% ^c	15-18 Textseiten ^b +/- 10% ^c Literaturtabelle in den Anhang.	25 Textseiten ^b +/- 10% ^c	50 Textseiten ^b +/- 10% ^c
Sonstiges			Spätestens zur Abgabe muss dem Sekretariat auch die Zulassungsbescheinigung vorgelegt werden.	

^a Bitte mit dem Betreuer abstimmen

^b versteht sich exklusive Titelblatt, und Verzeichnisse, aber inklusive Abbildungen und Tabellen

^c Ein Umfang außerhalb der tolerierten Abweichung muss mit dem Betreuer abgestimmt werden

Wird eine anonymisierte Fassung der Arbeit nicht eingereicht, kann von Seiten des Lehrstuhls nicht gewährleistet werden, dass zwecks Plagiatsabgleich eine Anonymisierung erfolgreich durchgeführt werden kann. Einen Plagiatsabgleich behält sich der Lehrstuhl dennoch vor.

Wurden für eine empirische Studie den Probanden finanzielle Anreize (Incentives) ausgelobt (bspw. Verlosung von Gutscheinen etc.), so ist ein Nachweis erforderlich, dass diese tatsächlich ausgezahlt wurden.

2. Sprache

Alle Arbeiten können in deutscher oder englischer Sprache angefertigt werden.

3. Seitenformat

- Format: DIN A4
- Seitenränder:
 - Oben: 2,5 cm
 - Unten: 2,0 cm
 - Links: 2,5 cm
 - Rechts: 2,5 cm

4. Schrift, Zeilenabstand, Layout, Fußnoten

Die Arbeit sollte im Schrifttyp „Times New Roman“ verfasst werden. Die Schriftgröße im Text, Inhaltsverzeichnis etc. muss 12 Punkte betragen. Ausnahmen hiervon sind Kapitel- und Abschnittsüberschriften, deren Schriftgrößen und -typ zwecks der Veranschaulichung der Gliederungsebenen gestuft werden können (mind. jedoch 12 Punkte). In Abbildungen und Tabellen muss die Schriftgröße mindestens 10 Punkte betragen.

Die Arbeit (Text, Inhaltsverzeichnis etc.) ist in 1,5-zeiligem Abstand zu schreiben. Vor Absätzen sind 6 Punkte Extra-Abstand zu lassen (Format-Absatz-Abstand vor: 6 Pt.). Ein Absatz entspricht einem Gedankengang. Absätze sind im Blocksatz zu gestalten und müssen mindestens aus zwei Sätzen bestehen.

Fußnoten sind in einer wissenschaftlichen Arbeit im Fach Marketing unüblich. Sie sollten nur in begründeten Ausnahmefällen verwendet werden (ggfs. mit dem Betreuer absprechen).

5. Inhaltsverzeichnis und Gliederung

Die Gliederung muss in numerischer Ordnung nach dem Abstufungsprinzip erfolgen. Hierbei sollte beachtet werden, dass jede Untergliederung mindestens zwei

Gliederungspunkte aufweisen sollte. Es ist auf Trennschärfe und Ausgewogenheit der einzelnen Kapitel bzw. Abschnitte zu achten. Die Länge eines Abschnitts sollte dessen Beitrag zur Beantwortung der Forschungsfragen der Arbeit widerspiegeln.

Verzeichnisse über das Inhaltsverzeichnis hinaus (z.B. Abbildungs-, Tabellen-, Abkürzungsverzeichnis) sind nicht zwingend erforderlich, sollten aber falls vorhanden fortlaufend in römischen Zahlen beginnend mit I nummeriert werden. Ein Abkürzungsverzeichnis ist nur notwendig, sofern Abkürzungen verwendet werden, die nicht im Duden aufgeführt sind.

Der eigentliche Text, ein eventueller Anhang, das Literaturverzeichnis und die eidesstattliche Erklärung sollten mit arabischen Zahlen nummeriert werden.

Abbildung 1 zeigt eine beispielhafte, vereinfachte Darstellung eines Inhaltsverzeichnisses:

Inhalt	
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
1. Einleitung	1
2. Konzeptionelle Grundlagen der Untersuchung	3
2.1 Bestandsaufnahme der Literatur zur Kundenzufriedenheit	4
2.1.1 Forschungsbereiche im Überblick	4
2.1.2 Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit	6
2.1.3	9
2.2 Besonderheiten des Industriegütermarketing	12
2.2.1 Der Aspekt der Multipersonalität	12
2.2.2	14
2.2.3	19
2.3	21
3. Methodische Grundlagen der Untersuchung.....	28
4.	32
5. Zusammenfassung und Implikationen	58
Anhang	61
Literaturverzeichnis	65
Eidesstattliche Erklärung	80

Abbildung 1: Darstellung eines Inhaltsverzeichnisses

6. Abbildungen und Tabellen

Abbildungen und Tabellen müssen nummeriert sein und einen Titel tragen. Die Nummerierung kann entweder durchgängig erfolgen oder sich auf das Kapitel beziehen.

Beispiele:

Abbildung 3-1: Überblick über die verhaltenswissenschaftlichen Theorien

oder:

Abbildung 12: Überblick über die verhaltenswissenschaftlichen Theorien

Bei der unveränderten Übernahme von Abbildungen und Tabellen ist auch die Quelle zu nennen. Auf den Zusatz „Eigene Darstellung“ bei vom Verfasser entwickelten Abbildungen und Tabellen ist zu verzichten. Werden Abbildungen und Tabellen in veränderter Form wiedergegeben, wird auf die Originalquelle durch den Zusatz „in Anlehnung an“ verwiesen.

Werden im Rahmen der Arbeit eine Vielzahl empirischer Studien diskutiert, wird die Erstellung geeigneter Literatortabellen empfohlen.

Abbildungen und Tabellen sind in den Text zu integrieren, wenn sie einen Bezug zum Text haben. Auf ihren Inhalt muss im Text verwiesen werden. Umfangreiche Darstellungen wie Fragebögen, Gesetzestexte etc. sind in den Anhang zu stellen.

7. Zitierweise

Jedes Zitat muss nachprüfbar sein, fremdes Gedankengut ist als solches kenntlich zu machen. Für Quellenangaben im Text werden *keine* Fußnoten verwendet. Es wird stattdessen im Text auf die Quelle verwiesen (zitieren nach dem „Harvard-Style“).

Beispiele:

Im Fokus der Arbeiten steht die empirische Bestimmung der Wirkungen an Endkunden gerichteter Sonderpreisaktionen (vgl. Gedenk 2002, S. 21f.).

Ein zufriedener Kunde wird mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder denselben Anbieter wählen (vgl. Fornell 1992, S. 8ff., Herrmann 1995, S. 238).

Diese Verfahrensweise gilt bei bis zu drei Autoren, bei vier und mehr Autoren wird nur der erste Autor mit dem Zusatz „et al.“ genannt.

Wörtliche Zitate sind in Anführungszeichen zu setzen. Bei der dazugehörigen Quellenangabe wird auf das Kürzel „vgl.“ verzichtet. Zitate in englischer Sprache müssen nicht übersetzt werden.

Beispiel:

„Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (z.B. Expertenbefragungen, Preisexperimente, direkte Kundenbefragungen) zu flankieren“ (Homburg/Krohmer 2006, S. 704).

Auslassungen bei Zitaten sind durch drei fortlaufende Punkte (...) anzuzeigen. Ergänzungen sind in eckige Klammern [] zu stellen.

Beispiele:

„Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (...) zu flankieren“ (Homburg/Krohmer 2006, S. 704).

„Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der [empirischen] Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (z.B. Expertenbefragungen, Preisexperimente, direkte Kundenbefragungen) zu flankieren“ (Homburg/Krohmer 2006, S. 704).

Die Quellenangabe ist am Ende des Gedankens einzufügen, der dieser Quelle entnommen ist. Gibt ein gesamter Absatz den Gedanken einer bestimmten Quelle wieder, ist die Quellenangabe am Ende des Absatzes einzufügen. In letzterem Fall muss zusätzlich deutlich gemacht werden, dass sich die Quelle auf den gesamten Absatz bezieht. So kann z.B. so zitiert werden („vgl. für den in diesem Absatz ausgeführten Gedankengang XYZ 2007, S. 12).

Bei englischsprachigen Arbeiten ergeben sich folgende Besonderheiten in der Zitierweise:

- Homburg and Krohmer 2006 statt Homburg/Krohmer 2006
- Homburg, Koschate, and Hoyer 2005 statt Homburg/Koschate/Hoyer 2005
- „vgl.“ bei Quellenangaben fällt ersatzlos weg
- „e.g.“ statt „vgl. z.B.“
- p. x statt S. x
- pp. x statt S. x f. / ff.

8. Literaturverzeichnis

Das Literaturverzeichnis muss alphabetisch und chronologisch nach Autoren geordnet sein, d.h. bei mehreren Werken eines Autors wird nach dem Erscheinungsjahr beginnend mit dem ältesten Werk geordnet. Bei mehreren Werken eines Autors aus einem Jahr werden hinter der Jahreszahl Kleinbuchstaben beginnend mit „a“ eingeführt.

Hat ein Autor in Zusammenarbeit mit mehreren Autoren ein Werk verfasst, so ist dieses Werk im Literaturverzeichnis im Anschluss an seine Einzelveröffentlichungen aufzunehmen. Dabei werden erst die Werke mit einem Koautor in alphabetischer und chronologischer Reihenfolge zitiert, dann die mit zwei Koautoren usw.

Beispiele:

Homburg, Christian (1991), ...

Homburg, Christian (1995a), ...

Homburg, Christian (1995b), ...

Homburg, Christian, Bucerius, Matthias (2005), ...

Homburg, Christian, Giering, Annette (1996), ...

Homburg, Christian, Klarmann, Martin (2006), ...

Homburg, Christian, Droll, Mathias, Totzek, Dirk (2008), ...

Homburg, Christian, Artz, Martin, Wieseke, Jan, Schenkel, Bernhard (2008) ...

Zeitschriften, Bücher, Dissertationen etc. werden nicht getrennt aufgeführt.

Beispiele für die Zitierung von Büchern:

Barney, Jay B. (2006), *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, 3. Aufl., Upper Saddle River.

Homburg, Christian, Krohmer, Harley (2006), *Marketingmanagement*, 2. Aufl., Wiesbaden.

Beispiele für die Zitierung von Zeitschriften:

Homburg, Christian (1991), Cross-Validation and Information Criteria in Causal Modeling, *Journal of Marketing Research*, 28, 2, 137-144.

oder:

Homburg, Christian, Baumgartner, Hans (1995), Beurteilung von Kausalmodellen – Bestandsaufnahme und Anwendungsempfehlungen, *Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 17, 3, 162-176.

Beispiel für die Zitierung von Sammelwerken:

Homburg, Christian, Becker, Annette, Hentschel, Frederike (2008), Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, in: Bruhn, Manfred, Homburg, Christian (Hrsg.), *Handbuch Kundenbindungsmanagement*, 6. Aufl., Wiesbaden, 103-134.

Beispiel für die Zitierung von Internetquellen

Für die Zitierung von Internetquellen ist die Angabe eines Links erforderlich. Dazu ist der Link auf der Seite <http://archive.org/web/> zunächst zu archivieren, um einen ständigen Zugriff zu gewährleisten. Das folgende Beispiel bezieht sich auf einen Artikel von Brian Fetherstonhaugh auf Forbes.com.

Fetherstonhaugh, Brian (2010), The future of selling: It's social, Forbes. URL: <http://web.archive.org/web/20150714071851/http://www.forbes.com/2010/12/03/future-of-selling-leadership-sales-leadership-ogilvyone.html> [abgerufen am 14.04.2015]

Im Fließtext wäre die Zitierweise in dem folgenden Fall dann: Fetherstonhaugh (2008).

Ist der Autor einer Quelle unbekannt, so ist diese mit o.V. (ohne Verfasser) auszuweisen.

Beispiel:

o.V. (2007), Höhere Preise, höhere Kurse, *Wirtschaftswoche*, 19, 103.

In englischsprachigen Arbeiten ergeben sich folgende Besonderheiten:

- ed. (bei einem Herausgeber) oder eds. (bei mehreren Herausgebern) statt Hrsg.
- 3rd edition statt 3. Auflage

- Bei der Zitierung von in den USA verlegten Büchern ist bei der Ortsangabe mit Ausnahme von New York der US-Bundesstaat als Kürzel zu ergänzen, z.B. Upper Saddle River, NJ oder San Francisco, CA.

Alternativ kann für englischsprachige Arbeiten das Literaturverzeichnis nach den Vorgaben des *Journal of Marketing* erstellt werden. Nähere Informationen hierzu finden sich auf der Homepage des Journals.

9. Eidesstattliche Erklärung

In die Bachelor- oder Masterarbeit hat der Kandidat eine schriftliche Erklärung folgenden Inhalts aufzunehmen und zu unterschreiben (gilt auch für englischsprachige Arbeiten):

„Ich versichere wahrheitsgemäß, die Arbeit selbstständig angefertigt, alle benutzten Hilfsmittel vollständig und genau angegeben, die wörtlich oder inhaltlich übernommenen Stellen als solche kenntlich gemacht und die Satzung des KIT zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis in der jeweils gültigen Fassung beachtet zu haben. Ebenso versichere ich, dass diese Arbeit oder Teile daraus weder von mir selbst noch von anderen als Leistungsnachweise andernorts eingereicht wurden. Sämtliche Sekundärliteratur und sonstige Quellen sind nachgewiesen und in der Bibliographie aufgeführt. Das Gleiche gilt für graphische Darstellungen und Bilder sowie für alle Internet-Quellen.

Mir ist bekannt, dass von der Korrektur der Arbeit abgesehen werden kann, wenn die Erklärung nicht erteilt wird.“

Ort, Datum

Name des Verfassers

Bei Bachelorseminar- oder Masterseminararbeiten ist diese nicht notwendig.

10. Umgang mit Plagiaten

Die Erbringung von Bachelor-, Seminar-, Master- und Diplomarbeiten an unserem Lehrstuhl beruht auf gegenseitigem Vertrauen. Sie verpflichten sich, diese Prüfungsleistungen selbstständig und ohne fremde Hilfe zu erbringen. Dazu zählt auch, übernommene Sätze und Texte als Zitate zu kennzeichnen. Ohne eine Ursprungsangabe für solches Material gelten solche Stellen sonst als Plagiat.

Der Lehrstuhl behält sich vor, im Falle von Plagiaten die Arbeit ganz oder teilweise nicht zu bewerten. Mit dem Einreichen Ihrer Arbeit an unserem Lehrstuhl erkennen Sie diese Regeln an und stimmen zu, dass sie mittels einer Plagiatserkennungssoftware analysiert werden kann.

11. Sperrvermerk

Bei Arbeiten, die in Kooperation mit Unternehmen entstehen, verlangen Kooperationspartner gegebenenfalls eine Vertraulichkeitsvereinbarung. In diesem Fall kann ein Sperrvermerk der Arbeit vorangestellt werden, der sich am folgenden Text orientiert. Im Zweifel kann das kooperierende Unternehmen einen anderslautenden Vorschlag machen. Er ist aber unbedingt mit dem Lehrstuhl abzustimmen, bevor mit der Bearbeitung des Themas begonnen wird. Zudem ist wichtig, dass der Lehrstuhl im Zusammenhang mit der Korrektur der Arbeit Zugriff auf das zugrundeliegende Datenmaterial erhält.

Vorschlag für den Sperrvermerk:

„Die nachfolgende Arbeit enthält vertrauliche Informationen. Daher war Voraussetzung der Arbeit, dass sie der Öffentlichkeit nicht zugänglich gemacht wird. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, hat folgender Sperrvermerk Gültigkeit: Diese Diplomarbeit wurde für interne Zwecke der xyz AG erstellt. Das öffentliche Auslegen dieser Diplomarbeit bedarf daher der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung der xyz AG. Erfolgt diese nicht, ist der Zugriff auf diese Arbeit nur Mitarbeitern des betreuenden Lehrstuhls und des Prüfungssekretariats gestattet. Diese sind verpflichtet, die in der Arbeit behandelten Angaben vertraulich zu behandeln.“

12. Deckblatt

12.1 Seminararbeit: Deckblatt in deutscher Sprache

Falls Masterseminar: <Titel>

Falls Bachelorseminar: Seminararbeit zur Studie „<Titel>“ von <Autor/en>

[Bachelor-/Master]seminar in Marketing und Vertrieb

vorgelegt am

Institut für Informationswirtschaft und Marketing
Forschungsgruppe Marketing & Vertrieb

Prof. Dr. Martin Klarmann

Betreuer:

Titel und Name des Betreuers

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Sommersemester/Wintersemester 20XY/XZ

von

Vorname Name

Matrikelnr.

Anschrift

Mobilnr.

E-Mail

12.2 Abschlussarbeit: Deckblatt in deutscher Sprache

<Titel>

[bei Abschlussarbeiten mit deutschem Titel ist der Titel zusätzlich auf Englisch anzugeben]

[Bachelor-/Master]arbeit

vorgelegt am

Institut für Informationswirtschaft und Marketing
Forschungsgruppe Marketing & Vertrieb

Prof. Dr. Martin Klarmann

Betreuer:

Titel und Name des Betreuers

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Sommersemester/Wintersemester 20XY/XZ

von

Vorname Name

Matrikelnr.

Anschrift*

Mobilnr.

E-Mail

*hierhin wird Gutachten versendet

14. Durchführung der empirischen Studie

Die Datenerhebung im Rahmen quantitativer Abschlussarbeiten erfolgt regelmäßig online, etwaige Abweichungen werden mit der Betreuerin oder dem Betreuer abgesprochen. Zur Online-Datenerhebung steht den Studierenden die Plattform UNIPARK (Lehrstuhl-Lizenz) zur Verfügung.

Die Titelseite einer jeden Studie/eines jeden Fragebogens erfolgt standardisiert und unter Anpassung untenstehenden Textes:

[ggfs. Logo des Praxis-Kooperationspartners]

betreut durch:



Information zu dieser Studie

Sehr geehrte Teilnehmerin, sehr geehrter Teilnehmer,
vielen Dank für Ihr Interesse an meiner Forschung.

Mein Name ist [VORNAME NAME] und diese Studie ist Teil meiner [BACHELOR-/MASTERARBEIT] über [THEMA]. Mein Forschungsprojekt wird von der Forschungsgruppe Marketing & Vertrieb (Prof. Dr. Martin Klarmann) am Institut für Informationswirtschaft und Marketing (IISM) des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) betreut. *[Bei Praxiskooperationen: Die Abschlussarbeit wird in Kooperation mit KOOPERATIONSPARTNER durchgeführt.]*

Bewerbungsfoto
Kandidat/in
(freiwillig)

Die Teilnahme an dieser Umfrage ist freiwillig und dauert ungefähr [X]-[X] Minuten. Sie können die Umfrage jederzeit abbrechen; durch Abbruch oder Nichtteilnahme entstehen Ihnen keinerlei Nachteile.

Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt. Der Datensatz wird dem betreuenden Lehrstuhl zusammen mit der Abschlussarbeit abgegeben und dort nach den geltenden Regeln aufbewahrt. Für die Darstellung der Ergebnisse im Rahmen etwaiger Veröffentlichungen werden die Daten aller Teilnehmer/innen aggregiert, das heißt, dass keine Rückschlüsse von den Ergebnissen auf einzelne Teilnehmer/innen möglich sind. *[Bei Praxiskooperationen: Auch dem Kooperationspartner werden Ergebnisse nur in aggregierter Form zur Verfügung gestellt.]*

Bei Fragen können Sie mich gerne unter [E-MAIL-ADRESSE KANDIDAT/IN] kontaktieren.

Vielen Dank!

[Name, Vorname]