

# Leitfaden zur Erstellung von Projekt- und Bachelorarbeiten

im Studiengang BWL/Dienstleistungsmanagement/-marketing, Schwerpunkt Medien und Kommunikation



Stand 1/2010

von Prof. Dr. Michael Froböse und Marion Gutschmann, M.A.

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Vorwort</b>	<b>2</b>
<b>1. Konkretisierung und Bearbeitung des Themas</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Themenfindung</b>	<b>2</b>
1.1.1 Kriterien zur Themenformulierung	2
1.1.2 Funktionen eines Untertitels	3
<b>1.2 Problemstellung und Zielsetzung</b>	<b>3</b>
1.2.1 Legitimation des Themas	3
1.2.2 Zielsetzung: Bedeutung und Anforderungen	3
<b>1.3 Begriffliche Abgrenzungen</b>	<b>4</b>
1.3.1 Identifikation und Platzierung relevanter Begriffe	4
1.3.2 Umgang mit Begriffen	4
<b>1.4 Theoretischer Bezugsrahmen</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Argumentation</b>	<b>6</b>
<b>2. Aufbau und Gliederung der Arbeit</b>	<b>6</b>
2.1 Die Bestandteile der Arbeit	6
2.2 Inhaltsverzeichnis/Gliederung	8
2.3 Leserführung	9
<b>3. Formale Aspekte: Literatuarbeit, Stil und Gestaltung</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Zitierweise und Integration von Quellen</b>	<b>10</b>
3.1.1 Zitier-System	10
3.1.2 Zitat-Arten	10
3.1.3 Einarbeitung fremder Textpassagen bei wörtlichen Zitaten	11
<b>3.2 Quellenverzeichnis</b>	<b>11</b>
<b>3.3 Quellenrecherche</b>	<b>12</b>
<b>3.4 Ausdrucksweise/Stil/Äußere Gestaltung</b>	<b>13</b>
<b>4. Checkliste</b>	<b>13</b>
<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>15</b>

## Vorwort

Mit dem Erstellen einer Projekt- bzw. Bachelor-Arbeit sollen Sie zeigen, dass Sie in der Lage sind, ein bestimmtes, abgegrenztes Thema systematisch zu untersuchen und die Ergebnisse dieser Untersuchung nachvollziehbar darzustellen. Beide Typen von Arbeiten beinhalten praxisbezogene Aufgabenstellungen, sind aber keine Tätigkeitsberichte oder Dokumentationen. Abläufe und Tätigkeiten sollen nicht nur wiedergegeben, sondern unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse und/oder Methoden untersucht werden – damit soll eine Verbindung zwischen Theorie und Praxis geschlagen werden.

Die nachfolgenden Hinweise sollen Ihnen (ergänzend zu den Ausführungen im Medien-Guide) helfen, die hieraus resultierenden inhaltlichen und formalen Anforderungen zu bewältigen.

## 1. Konkretisierung und Bearbeitung des Themas

### 1.1 Themenfindung

Ausgangspunkt bei der Anfertigung einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit ist üblicherweise die Suche nach einem geeigneten Thema. Damit Sie ein adäquates Thema finden und formulieren, beherzigen Sie bitte die nachfolgend aufgeführten Empfehlungen.

#### 1.1.1 Kriterien zur Themenformulierung

- a) Das Thema sollte nicht nur für den Betreuer bzw. Gutachter, sondern auch für Sie selbst interessant sein – schließlich haben Sie sich damit eine ganze Weile zu beschäftigen. Und es ist schwer, auf einem Gebiet eine gute Leistung zu erbringen, das einen nicht sonderlich interessiert.
- b) Das Thema sollte das Problem bzw. die Aufgabenstellung der Arbeit sowie den Theorie-Praxis-Bezug bereits erkennen lassen.

*Beispiele für geeignete Themen sind:*

- „Werbepotenzialanalyse zur Optimierung des Neukundengewinnungsprozesses im lokalen Hörfunk“
- „Auswirkungen rezessiver Märkte auf die Organisationsstruktur einer Werbeagentur“
- „Die Neustrukturierung der Verwaltungsorganisation unter Berücksichtigung der Methodiken des Lean Managements – Situationsanalyse und Umsetzungsdiskussion am Beispiel des Landratsamtes XY“
- „Die Balanced Scorecard als strategisches Managementsystem in Kommunalverwaltungen – dargestellt am Beispiel des Touristik-Service XY“
- „Wettbewerbsdifferenzierung durch innovative Vertriebskonzepte am Beispiel der Kunstaussstellung XY“

Folgt die Formulierung des Themas dem Muster „XY als Instrument für...“, ist dem Leser die Zielrichtung der Arbeit gleich klar, nämlich dass es darum geht, die Eignung von Irgendetwas für Irgendetwas zu untersuchen. Das oben genannte Thema zur Balanced Scorecard ist ein Beispiel für diese Art von Titel.

- c) Das Thema sollte besser eng (d.h. speziell) als breit formuliert werden.

*Angesichts des durch die Prüfungsordnung limitierten Umfangs der Arbeit kann ein breit angelegtes Thema nur zu Lasten der Tiefe der Themenbehandlung gehen. Dies gilt es zu vermeiden. Bei einer Projektarbeit im Umfang von ca. 5000 Wörtern ist es z.B. unmöglich, über Theorien der Werbewirkungsforschung und deren Anwendung zu schreiben oder ein Handbuch zur Website-Gestaltung zu verfassen.*

- d) Das Thema sollte keinen Absolutheitsanspruch oder eine Tendenz beinhalten.

*Formulierungen wie „das einzige“ oder „beste Konzept zur Kundenakquise“ erscheinen sehr gewagt und nehmen das Ergebnis vorweg – auch dies sollte man vermeiden. Ebenso wenig sollte das Thema eine einseitige Tendenz bzw. ein Werturteil (z.B. „Der Mangel an...“ oder „Die Sinnlosigkeit des...“) widerspiegeln, weil es der Arbeit damit die Möglichkeit zu einer sachlich-balancierten Beurteilung des Untersuchungsgegenstandes entzieht<sup>1</sup>.*

<sup>1</sup> Vgl. Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt 2005, S. 11f.

- e) Für das Thema sollte ein **geeigneter und interessierter Betreuer** zur Verfügung stehen.

*Freilich spielt es bei der Themenfindung eine Rolle, welche thematischen Präferenzen man selbst hat – aber steht dafür auch ein fachlich geeigneter Betreuer zur Verfügung, der außerdem Zeit und Interesse haben sollte, die Arbeit zu betreuen und zu begutachten?*

- f) Das Thema sollte in dem zur Verfügung stehenden **Zeitraumen** sinnvoll bearbeitet werden können.

*Bei empirischen Arbeiten etwa, die als solche auf einer eigens durchgeführten Datenerhebung (z.B. per Befragung) beruhen, wird der Zeitbedarf schnell größer als die vorgegebene Bearbeitungszeit von 2 oder 3 Monaten. Mitunter ergibt sich hier – in Absprache mit dem Betreuer – die Möglichkeit, verschiedene Arbeiten zu schreiben, die aufeinander aufbauen. Beispielsweise könnte dann in einer Projektarbeit der wissenschaftliche Background der empirischen Arbeit (z.B. Ansätze zur Messung von Kundenzufriedenheit) sowie die Entwicklung des Erhebungsinstrumentes (Fragebogens) thematisiert werden – um in der darauf aufbauenden Bachelor-Arbeit dieses Instrument anzuwenden, die Ergebnisse auszuwerten und Empfehlungen abzuleiten.*

In die Bewertung eines Themas fließt darüber hinaus auch das **Anspruchsniveau** des gewählten Themas ein. Z.B. ist es wesentlich leichter, rein deskriptiv einen Überblick über innovative Werbeformen zu geben, als empirisch den Nachweis des Wirkungspotenzials einer bestimmten Werbeform zu führen.

### 1.1.2 Funktionen eines Untertitels

- a) Ein Untertitel kann zur Präzisierung der Themenstellung herangezogen werden.
- b) Ein Untertitel erläutert die Vorgehensweise bzw. den Zugang, z.B. ob es sich um eine theoretische oder empirische Arbeit handelt.
- c) Ein Untertitel hat meist eingrenzenden Charakter.

*So kann beispielsweise explizit darauf hingewiesen werden, dass sich die Arbeit an eine bestimmte Zielgruppe wendet oder dass sich die Anwendung des betrachteten Ansatzes auf ein bestimmtes Unternehmen beschränkt (Beispiele siehe oben). Schlecht sind demgegenüber Titel wie „Verlagsmarketing“ oder „New Economy“ – sie lassen eine rein deskriptive Arbeit erwarten und sind im Übrigen zu breit angelegt (siehe Kapitel 1.1.1 Punkt c).*

## 1.2 Problemstellung und Zielsetzung

### 1.2.1 Legitimation des Themas

Mittels der Schilderung einer Problemstellung bzw. eines Problemhintergrunds legitimieren Sie als Verfasser Ihre Arbeit. Sie liefern also eine Begründung dafür, weshalb sich ein Leser mit Ihrer Ausarbeitung zu einem bestimmten Thema beschäftigen sollte bzw. warum das Thema wichtig ist. Dabei kann Ihre Arbeit beispielsweise einen bestehenden Bedarf in der unternehmerischen oder allgemein betriebswirtschaftlichen Praxis aufzeigen.

*Z.B. könnte eine Problemstellung daraus resultieren, dass seit Einführung des Internets die Zeitungsleserschaft abnimmt und nun nach Strategien zu suchen ist, die Leser wieder vermehrt an die Zeitung zu binden.*

Ihre Problemstellung sollte jedoch keine unüberlegte Ansammlung von tausendfach gelesenen allgemeinen Plattheiten („Internationalisierung, Globalisierung, Kostendruck und die rasant fortschreitende technologische Entwicklung.....“ oder „Unternehmen haben es heute schwer“) enthalten. Von den Entwicklungen im Umfeld der Unternehmen sollte(n) diejenige(n) herausgegriffen werden, die für die Themenstellung spezifisch relevant sind.

### 1.2.2 Zielsetzung: Bedeutung und Anforderungen

Noch wichtiger als die Formulierung einer klaren Problemstellung ist es, innerhalb jeder Arbeit eine klare Zielsetzung bzw. Aufgabenstellung zu erarbeiten. Diese wird hier von der Problemstellung unterschieden, wenngleich die Problemstellung zur Zielsetzung hinführt. Bei der Zielsetzung geht es um die Frage, die mit der Arbeit geklärt werden soll. Sie verweist jedoch den Leser auf den konkreten Nutzen der Arbeit (der vielfältiger Art sein kann).

Die Zielsetzung ist auch Richtschnur, was in die Arbeit hineingehört – und was nicht. Behandelt werden sollte nämlich nur das, was zur Bewältigung der selbst gestellten Aufgabe beiträgt. In Anbetracht der Forderung der Prüfungsordnung, dass der vorgeschriebene Seitenumfang +/- 10% eingehalten werden sollte, ist es ärgerlich, wenn Arbeiten

durch überflüssige, nicht für die Zielsetzung notwendige Ausführungen aufgebläht werden. Zudem ist die Zielsetzung auch eine Art „Filter“, der Ihnen bei der Suche und Auswahl von Literatur- und anderen Informationsquellen hilft.

*Die Zielsetzung ergibt sich gleichsam dann, wenn Sie Ihr Thema in Form einer sinnvollen Frage- bzw. Aufgabenstellung „gießen“. Nachfolgend zwei Beispiele für geeignete Zielsetzungen:*

- *Untersuchung der Frage, welche Formen der Aufbauorganisation sich für Werbeagenturen, die auf rezessiven Märkten operieren, besonders eignen (siehe Thema 2 oben: „Auswirkungen rezessiver Märkte auf die Organisationsstruktur einer Werbeagentur“).*
- *Untersuchung der Frage, warum die Filialen des Handelsunternehmens XY, die an einem Standort vom Typ A ansässig sind, erfolgreicher sind als die in Standorttyp B – und daran anknüpfend, die Ableitung von Handlungsempfehlungen für die künftige Standortpolitik des Unternehmens. Das Thema der Arbeit zu dieser Problemstellung könnten bspw. lauten: „Einfluss der Standortlage auf den Erfolg von XY-Filialen“.*

Klarheit und Anspruchsniveau der Zielsetzung sind wichtige Qualitätskriterien Ihrer Arbeit. Für eine Projekt- und Bachelorarbeit ist es oft sinnvoll, Ursachen für eine Sachlage zu analysieren und auf dieser Basis Empfehlungen für den Ausbildungsbetrieb abzuleiten, oder die Eignung eines Modells oder eines methodischen Ansatzes für den Betrieb zu untersuchen und diesen sachgerecht anzuwenden. Eine deskriptive und wenig konkrete Aufgabenstellung wie etwa „den Leser mit dem Thema XY vertraut machen zu wollen“ deutet dagegen eher auf einen niedrigeren Anspruch hin. Außerdem wird Ihre Arbeit auch danach beurteilt, ob die Aufgabenstellung konsequent bearbeitet bzw. ob die selbst gesteckte Zielsetzung auch eingelöst wurde. Ihre Ausführungen werden also letztlich an Ihrer eigenen Zielsetzung bemessen – deshalb sollten Sie Ihre Zielsetzung sorgfältig und mit Bedacht formulieren.

### 1.3 Begriffliche Abgrenzungen

Ein weiterer wichtiger Schritt bei der Erstellung einer Projekt- oder Bachelorarbeit ist das Ausfindigmachen relevanter Begriffe, die für das Verständnis der Gesamtdarstellung erforderlich sind.

#### 1.3.1 Identifikation und Platzierung relevanter Begriffe

Nach der Formulierung des Themas, einer geeigneten Problemstellung und Zielsetzung gilt es, zentrale Begrifflichkeiten zu definieren. Die Notwendigkeit für Begriffsklärungen ergibt sich aus dem Umstand, dass Aussagen und Schlussfolgerungen nicht exakt sein können, wenn die untersuchten Tatbestände nicht eindeutig definiert sind. Dabei bildet die Themenformulierung den Ausgangspunkt: Relevant sind mindestens alle Fachtermini, die im Thema genannt werden. Diese „thementrägenden“ Termini werden üblicherweise spätestens zu Beginn des ersten Hauptteils der Arbeit, also nach der Einleitung, definiert, denn Begriffe sind Bausteine der damit gebildeten (nachfolgenden) Aussagen.

*Beispiel: Ein fiktives Thema lautet: „Der Einsatz von Crossmedia-Strategien zur Heranführung der @-Generation an die Tageszeitung“. Bei diesem Thema sind mindestens die Begriffe „Crossmedia“ und „@-Generation“ erklärungsbedürftig.*

Darüber hinaus können noch weitere Begriffe erklärungsbedürftig sein, die hinsichtlich ihres Inhalts noch nicht eindeutig bestimmt sind und damit Platz für Interpretationen bieten. Diese werden dann üblicherweise „vor Ort“, d.h. dort, wo sie im Verlauf der Arbeit Erwähnung finden, definiert.<sup>2</sup>

#### 1.3.2 Umgang mit Begriffen

Haben Sie die relevanten Begriffe identifiziert, so müssen diese im nächsten Schritt definiert werden. Dabei gilt, dass jede wissenschaftliche Disziplin ihre eigenen definitorischen Abgrenzungen verfolgt. Ihre Aufgabe ist es nun, sich entweder begründet auf die Seite eines bestimmten Fachautors zu schlagen, indem Sie verschiedene Definitionen vorstellen und eine bereits gegebene Definition übernehmen (dies ist der Regelfall) oder aus verschiedenen Definitionen eine eigenständige Definition zu „synthetisieren“.<sup>3</sup>

Eine Definition beinhaltet nicht mehr (und nicht weniger) als eine Festlegung darüber, wie ein bestimmtes Wort verwendet wird, d.h. diesem werden bestimmte Vorstellungsinhalte zugeordnet. Im Grunde dient dies lediglich der „Sprachverkürzung“. Dazu ein Beispiel für eine Definition des Begriffes „Marketing“: „Marketing“ soll verstanden wer-

<sup>2</sup> Vgl. Scheld, G.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, 6. Aufl., Büren 2004, S. 37.

<sup>3</sup> Vgl. Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt 2005, S. 50f.

den als ein Konzept der Unternehmensführung, bei dem konsequent versucht wird, den Bedürfnissen der Abnehmer besser zu entsprechen als die Konkurrenz, um so den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu sichern."

Auf den ersten Blick erscheint diese Aussage recht informationshaltig. Andererseits sind Definitionen im Grunde gar nicht zwingend nötig, denn man könnte in Aussagen, die sich um das Thema Marketing ranken, das sog. Definiendum (d.h. den kurzen Begriff „Marketing“) wieder durch das längere sog. Definiens („Konzept der Unternehmensführung, bei dem ...“) ersetzen – was freilich, gerade in diesem Fall, recht lästig wäre, auch für den Leser. Dennoch verhält es sich so, dass Definitionen im Grunde nur dort Sinn machen, wo ein Begriff häufiger verwendet wird. Durch eine Definition wird lediglich die Synonymität beider Ausdrücke (Definiendum und Definiens) festgesetzt!

Hieraus folgt auch, dass Begriffe nicht wahr oder falsch sein können, d.h. **Wahrheit und Informationsgehalt als wissenschaftliche Qualitätskriterien lassen sich bei Begriffen nicht anwenden!** Besonders in der praxisorientierte Literatur liest man bisweilen Aussagen der Art „Diese Definition von Autor XY ist falsch“ – unhaltbar ist dabei aber lediglich genau diese Aussage!

Auf der anderen Seite ist es aber auch so, dass Begriffe selbst nicht wahrheitsfähig sind, wohl aber die damit gebildeten Aussagen. Gerade deshalb ist es wichtig, relevante Begriffe in einer Arbeit eindeutig zu definieren, damit klar ist, ob ein bestimmter Sachverhalt unter den definierten Begriff fällt oder nicht. Ganz wichtig ist auch, dass Begriffe **konsistent verwendet** werden. Dies bedeutet, dass der Bedeutungsinhalt bzw. das Begriffsverständnis des einmal definierten Terminus über die ganze Arbeit hindurch identisch bleibt.

#### 1.4 Theoretischer Bezugsrahmen

Jede Ausarbeitung fordert von Ihnen als Verfasser/in eine kritische Auseinandersetzung mit gängigen wissenschaftlichen Theorien, Modellen und Ansätzen, um daraus Erklärungen, praktische Handlungsempfehlungen und/oder Prognosen für Ihren Anwendungsfall abzuleiten. Dabei müssen Sie zumindest ansatzweise **begründet** entscheiden, welche Theorie, welchen Ansatz oder welches Modell Sie ihrer Arbeit zu Grunde legen. Automatisch gibt die Wahl eines solchen Bezugsrahmens Ihrer Arbeit eine spezielle wissenschaftliche Richtung und Prägung. Dadurch können Sie auch davon ausgehen, dass es in der Literatur für Sie eine Menge von „Verbündeten“ – also eine gewisse Absicherung – gibt, und Sie müssen „das Rad nicht neu erfinden“.

*Beispiel 1: Sie betrachten innerhalb ihrer Arbeit innovative Werbeformen und wollen abschätzen, inwieweit diese das Potenzial mit sich bringen, vorhandene Einstellungen bei der beachteten Zielgruppe zu ändern. Ihr Ziel ist es also eine Antwort auf die Frage zu geben, wie Einstellungen durch medial vermittelte Inhalte beeinflusst werden können. Hierbei liefern Ihnen z.B. die Sozialpsychologie oder auch die Kommunikationsforschung unterschiedlichste Modelle an wie beispielsweise das Elaboration-Likelihood-Modell oder Ansätze der persuasiven Kommunikation.*

*Beispiel 2: Ein im Marketing viel diskutiertes Phänomen ist die Kunden(un-)zufriedenheit. Nun gibt es viele Theorien, die erklären, wie Kundenzufriedenheit entsteht und wie sie beeinflusst werden kann. Eine Theorie ist das sog. Kano-Modell, nach dem verschiedene Leistungen des Unternehmens die Zufriedenheit ganz unterschiedlich beeinflussen. Die Erfüllung von sog. Basisleistungen etwa führt nicht zu einer besonderen Zufriedenheit, deren Nicht-Erfüllung aber zu ausgeprägter Unzufriedenheit, während manche Leistungen gar nicht erwartet werden und deshalb – wenn sie denn erfüllt werden – Begeisterung auslösen. Eine dritte Kategorie, die Leistungsanforderungen, beeinflusst nach Kano direkt in Abhängigkeit von ihrer Erfüllung die Kundenzufriedenheit. Diese Vorstrukturierung der Determinanten von Kundenzufriedenheit müssen Sie dann selber nicht mehr leisten, sondern nur übernehmen, was die systematische Herangehensweise an das Phänomen der Kundenzufriedenheit erleichtert.*

Die Festlegung auf einen solchen Bezugsrahmen ist eine theoretische Vorentscheidung, die begründet werden muss: Der Bezugsrahmen muss für Ihre Arbeit geeignet sein, und Sie müssen ihn sachgerecht für Ihren Anwendungsfall umsetzen.

---

<sup>4</sup> Vgl. Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg 2007, S. 90f.

## 1.5 Argumentation<sup>5</sup>

Eine zentrale Herausforderung für Sie als Autor/in ist es, innerhalb Ihrer Ausarbeitung den Leser von Ihren Annahmen und Interpretationen zu überzeugen. Sie sollen nicht nur eine Zusammenfassung von bisher Geschriebenem liefern, sondern dabei auch Ihren eigenen Standpunkt vertreten. Das Mittel zur Überzeugung und damit der Zugang zum Leser ist hierbei das Argument. Beachten Sie beim Anfertigen Ihrer Arbeit die nachstehenden Hinweise zum richtigen Argumentieren:

- a) Ihre Argumentation sollte klar erkennbar und mit Quellenmaterial gestützt unterscheiden zwischen:
  - objektiv gesicherten Fakten,
  - vorherrschenden Lehrmeinung,
  - eher unpopulären Positionen einzelner Fachleute und
  - persönlichen Vermutungen (die Sie z.B. mit „nach Ansicht des Verfassers“ kenntlich machen können).
- b) Schlussfolgerungen sollten schrittweise vorbereitet werden und transparent, d.h. für den Leser gut nachvollziehbar sein.
- c) Pauschalurteile und undifferenzierte Wertungen sollten vermieden werden. Man sollte sachlich-differenziert und nicht nur einseitig-positiv mit dem eigenen Untersuchungsgegenstand umgehen.



## 2. Aufbau und Gliederung der Arbeit

### 2.1 Die Bestandteile der Arbeit

Die (Mindest-)Bestandteile einer Bachelor- oder Projektarbeit sollten die in Abb. 1 illustrierte Reihenfolge aufweisen.

Neben diesen Teilen kann eine schriftliche Arbeit auch noch weitere Elemente beinhalten. Hier ist zunächst ein mögliches **Vorwort** zu nennen, das üblicherweise direkt nach dem Inhaltsverzeichnis platziert wird. Es sollte nur persönliche Bemerkungen wie Anregungen zur Arbeit und/ oder einen Dank für Hilfe von dritter Seite (aber nicht an den Gutachter!) enthalten. Ein solches Vorwort passt aber eher z.B. in eine Doktorarbeit und ist für Bachelor- und Projektarbeiten tendenziell unnötig.

Häufig eher sinnvoll sind dagegen **Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnisse**. Allgemein gebräuchliche Abkürzungen wie „z.B.“ oder „usw.“ brauchen allerdings nicht aufgeführt zu werden, und es sollten auch nur Wörter bzw. Sachverhalte abgekürzt werden, die in der Arbeit mehrmals vorkommen. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis können auch in einem „Darstellungsverzeichnis“ zusammengefasst werden.

Abb. 1: Bestandteile einer Bachelor- bzw. Projektarbeit

Unbedingt nötig ist ein Abbildungs- und Tabellenverzeichnis allerdings nicht (dies ist mit dem jeweiligen Betreuer abzuklären). Wenn eine Arbeit solche Elemente beinhaltet, finden sie sich üblicherweise direkt nach dem Inhaltsverzeichnis bzw. der Gliederung und sind mit der Angabe der Seite zu versehen, auf der sich die Tabelle bzw. Abbildung im Text der Arbeit befindet.

Schließlich kann die Arbeit noch einen **Anhang** (der meist zwischen Schlussteil und Quellenverzeichnis platziert wird) beinhalten. Elemente eines Anhangs sollten ausschließlich ergänzende Materialien sein, die nicht zum unmittelbaren Verständnis des Textes der Arbeit notwendig sind, wie z.B. der Fragebogen einer empirischen Arbeit, größere Abbildungen oder detaillierte/mehrseitige Tabellen sowie betriebsinterne, für den Betreuer sonst nicht zugängliche Dokumente. Im Text können Sie dann auf den Anhang verweisen (z.B. „vgl. hierzu im Detail Anhang 1, S. 44 dieser Arbeit“). Der Anhang kann dabei auch gesondert mit einer zusätzlichen Seitenangabe durchnummeriert werden (z.B. A1, A2, ...).

<sup>5</sup> Vgl. zu diesem Punkt auch Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt 2005, S. 64.

Was nun die „Pflichtbestandteile“ der Arbeit anbelangt, können Sie sich für das erste Element, die Titelseite, an dem Muster aus Abb. 2 orientieren. Auf das darauffolgende Inhaltsverzeichnis bzw. die Gliederung wird gesondert im nachfolgenden Kapitel eingegangen.

Das Einleitungskapitel kann, muss aber nicht mit „Einleitung“ etikettiert werden; es kann auch untergliedert sein (wie in Abb. 1 angedeutet). Die Einleitung beinhaltet zunächst eine Hinführung zum Thema, in dem z.B. auf geschichtliche Hintergründe und die besondere Aktualität und Wichtigkeit des Themas (z.B. für den eigenen Ausbildungsbetrieb) hingewiesen wird (dieser Teil der Einleitung kann mit „Problemstellung“ überschrieben werden; s. hierzu Abschn. 1.2.1). Ebenso kann hierbei auf die Einordnung des Themas in einen größeren Rahmen bzw. in das Fachgebiet hingewiesen werden.<sup>6</sup>

Wichtigster Teil der Einleitung ist aber die selbst gesteckte Aufgabenstellung bzw. Zielsetzung der Arbeit. Wegen der großen Bedeutung für Inhalt, Aufbau und Bewertung der Arbeit wurde auf diese Komponente bereits in einem eigenen Abschnitt (1.2.2) eingegangen.

Sinnvoll ist es in den meisten Fällen auch, im Einleitungsteil inhaltliche Ein- bzw. Abgrenzungen vorzunehmen. Dabei sollten Sie begründet darlegen, warum Sie bestimmte denkbare Aspekte des Themas außen vor lassen. Beispielsweise könnten Sie sich bei einem Thema, das mit dem Einzelhandel zu tun hat, explizit auf den stationären (Laden-)Einzelhandel konzentrieren, etwa dann, wenn es in der Arbeit bspw. um Standortentscheidungen geht – mit dem Argument, dass diese im ambulanten und Versand-Handel gänzlich anders gelagert sind und deshalb dort eine gesonderte Betrachtung erfordern würden. Eine andere denkbare (ebenso zweckmäßige) Begründung wäre, dass es sich bei Ihrem Ausbildungsbetrieb eben um ein Unternehmen des stationären Handels handelt. Durch solche Abgrenzungen schützen Sie sich, zumindest ein wenig, vor dem möglichen Vorwurf des Gutachters, bestimmte Aspekte weggelassen zu haben. Denkbar ist hier auch ein Verweis auf den durch die Prüfungsordnung begrenzten Umfang der Arbeit – und, bei den weggelassenen Aspekten, ein Verweis auf Quellen, in denen etwas über diese Punkte nachgelesen werden kann.

Schließlich sollte Ihre Einleitung, zumindest bei einer längeren Arbeit, auch einen Abschnitt „Aufbau der Arbeit“ (s. Abb. 1) enthalten, der aber auch anders (z.B. „Gang der Untersuchung“ oder „methodische Vorgehensweise“) betitelt werden kann. Damit geben Sie dem Leser einen Vorab-Überblick über die zu erwartenden Inhalte.

In den anschließenden Hauptteilen kommt es nun darauf an, das Thema konsequent (d.h. immer mit Blick auf die eigene Zielsetzung), systematisch, vollständig, nachvollziehbar und mit einer gewissen Eigenständigkeit zu bearbeiten. Die Ausführungen sollten dabei ohne ggf. vorhandene Fußnoten und auch ohne den Anhang in vollem Maße verständlich sein. Besonders zu beachten sind hier die in Abschn. 1.5 aufgeführten Hinweise zum Thema **Argumentation**.

Selbstverständlich gehört zu jeder Projekt- und Bachelorarbeit auch ein **abschließendes Kapitel**. Mit diesem führen Sie die Arbeit zu einem „runden“ Abschluss. Hierbei sollten Sie den Bogen zurück zur Problemstellung schlagen, d.h. die zentrale Fragestellung nochmals aufgreifen und zusammenfassend beantworten. Außerdem können Sie einen Ausblick auf die weitere Entwicklung Ihres Untersuchungsfeldes geben oder einen „Stachel“ zum weiteren Nachdenken setzen. Völlig neue Informationen sind im Schlussteil allerdings deplaziert; sie gehören in die Hauptteile.<sup>7</sup>

Nach dem Schlusskapitel folgen noch das **Quellenverzeichnis** (hier stehen formale Dinge im Vordergrund, weswegen hierauf erst im nächsten Kapitel eingegangen wird) sowie die unterschriebene **Eidesstattliche Erklärung**. In dieser ist zu versichern, dass Sie erstens Ihre Arbeit selbst angefertigt haben, dass Sie zweitens die Übernahme von direkt oder indirekt aus fremden Quellen entnommenen Gedanken gekennzeichnet bzw. zitiert haben (oder: dass Sie keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt haben) und dass Sie drittens Ihre Arbeit noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt haben.

<b>Medi-Consult GmbH</b>	
<b>Neukundengewinnung durch Affiliate-Marketing - dargestellt am Beispiel von software3D</b>	
<b>Projektarbeit</b>	
Im Ausbildungsbereich Wirtschaft an der Dualen Hochschule Heidenheim Studiengang Dienstleistungsmanagement/-marketing Vertiefung Medien & Kommunikation	
eingereicht von	
Mark Etting Großer Durchblick 1 70777 Klarsee	
Ausbildungsbetrieb: Medi-Consult GmbH, 76567 Aldingen	
Studienjahrgang: 2007/ 2	
Abgabedatum: 15.01.2010	
Ausbildungsbeauftragter:	Datum <span style="float: right;">Unterschrift</span>

Abb. 2: Muster für das Titelblatt einer Projektarbeit

<sup>6</sup> Vgl. Rossig, W.E./Prätsch, J.: Wissenschaftliche Arbeiten, 7. Aufl., Hamburg 2008, S. 86.

<sup>7</sup> Vgl. Spoun, S./Domnik, D.B.: Erfolgreich studieren, München 2004, S. 117.

## 2.2 Inhaltsverzeichnis/Gliederung

Die Gliederung stellt übersichtlich den Aufbau der Arbeit dar und liefert dem Leser somit einen ersten Einblick in Ihr Konzept. Durch die einzelnen Gliederungspunkte wird das Thema der Arbeit für den Leser konkretisiert und nachvollziehbar strukturiert. Als Beurteilungsmaßstab für Ihre Arbeit sollen Sie mit der Gliederung die Fähigkeit zur eigenständigen Strukturierung der Problemstellung erkennen lassen.

Beachten Sie bei der Erstellung Ihres Inhaltsverzeichnisses die nachstehenden Anforderungen.

- a) Alle Kapitel und Abschnitte der Arbeit müssen nebst ggf. vorhandenen Verzeichnissen und Anhängen aufgeführt sein (und mit den Überschriften im Text übereinstimmen).
- b) Sämtliche unmittelbar zum Thema der Arbeit gehörende Gliederungspunkte sind zu numerieren.
- c) Titelseite, Vorwort, Inhalts- und Quellenverzeichnis sind nicht mit zu numerieren.
- d) Zu jedem Gliederungspunkt ist die **Seitenzahl** anzugeben, bei dem der jeweilige Punkt anfängt.
- e) Einrückungen von untergeordneten Gliederungspunkten machen die hierarchische Ordnung leichter nachvollziehbar.
- f) Die Gliederungspunkte bzw. Überschriften sind möglichst prägnant (d.h. eindeutig, treffend und gut verständlich) und ohne Verben zu formulieren. Das bedeutet auch, dass ganze Sätze zu vermeiden sind. Vielmehr erfolgt die Formulierung der Gliederungspunkte (üblicherweise) in substantivierter Form.<sup>8</sup>  
*Beispiel: Besser als eine Formulierung wie „Wovon die Kundenbindung abhängt“ ist bspw. „Determinanten der Kundenbindung“.*
- g) Hinsichtlich der Frage nach der adäquaten Anzahl an Hauptkapiteln (damit sind die Teile auf der ersten Gliederungsebene gemeint - 1., 2., ...) ist der Seitenumfang der Arbeit eine wesentliche Rahmenbedingung. So sollte beispielsweise eine Projektarbeit mit ca. 20 Seiten nicht mehr als 4-5 Hauptkapitel (Einleitungs- und Schlusskapitel nicht mitgerechnet) aufweisen. Grundsätzlich gilt nämlich, dass viele Hauptkapitel unübersichtlich wirken.
- h) Auch die Anzahl der Unterkapitel muss an den Seitenumfang angepasst sein. In aller Regel sollten z.B. Projektarbeiten mit maximal 3-4 Gliederungsebenen auskommen.
- i) Ein Abschnitt sollte erst dann als eigenständiger Gliederungspunkt aufgeführt werden, wenn er in etwa eine halbe bis ganze Seite Umfang aufweist.
- j) Achten Sie auch auf die sog. **formale Konsistenz**, d.h. Gliederungspunkte der gleichen Ebene sollten sich nicht allzu sehr hinsichtlich des Textumfangs unterscheiden. Insbesondere sollte ein Abschnitt auf einer untergeordneten Gliederungsebene nicht mehr Textumfang aufweisen als ein übergeordnetes Kapitel.
- k) Vergewissern Sie sich stets, dass Sie bei der Unterteilung eines Gliederungspunktes nicht nur einen Unterpunkt haben. Wenn Sie einen Abschnitt 3.1 definiert haben, so benötigen Sie auch einen Abschnitt 3.2.

Mindestens ebenso wichtig wie diese mehr formalen Anforderungen sind die folgenden sachlich-inhaltlichen Aspekte:

- l) Die Gliederung muß selbsterklärend sein, d.h. dem Leser sollte sich ohne Lektüre des Inhalts der einzelnen Abschnitte erschließen, worum es jeweils geht.
- h) Inhaltsleere Überschriften wie „Allgemeines“ oder „Allgemeine Überlegungen“ sollten Sie vermeiden.<sup>9</sup>
- i) Besonders relevant für die Beurteilung einer Gliederung ist die **inhaltliche Konsistenz**. Das bedeutet zum einen, dass Unterpunkte von der Sache her zu dem Gliederungspunkt passen sollten, dem sie untergeordnet sind, d.h. die **Unterpunkte sollten Spezifizierungen des zugehörigen Oberpunktes** sein - schließlich bringt

<sup>8</sup> Vgl. Rossig, W./Prätsch, J.: Wissenschaftliche Arbeiten, 7. Aufl., Hamburg 2008, S. 82; Gockel, T.: Form der wissenschaftlichen Ausarbeitung, Berlin/ Heidelberg 2008 S. 37f.

<sup>9</sup> Vgl. Weber, W.: Einführung in das Studium der Betriebswirtschaftslehre, 2. Aufl., Stuttgart 1995, S. 109.

jede Gliederung ein hierarchisches Über-/Unterordnungsverhältnis zum Ausdruck. So ist es wenig sinnvoll, zu einem Gliederungspunkt „Werbung“ einen Unterpunkt „Kommunikationspolitik“ aufzuführen, da sich hier inhaltlich das Über-/Unterordnungsverhältnis umgekehrt darstellt (die Werbung ist, zumindest nach gängigem Verständnis, nur eines der Instrumente der Kommunikationspolitik, weswegen die Kommunikationspolitik den Ober- und die Werbung einen der Unterpunkte darstellen sollte). Zum anderen sollten **gleiche Gliederungsebenen einen gleichen inhaltlichen Rang** aufweisen. Dies ist z.B. dann der Fall, wenn die in einer Arbeit thematisierten Instrumente der Kommunikationspolitik alle auf der gleichen Gliederungsebene liegen (z.B. 2.1 Werbung, 2.2 PR, 2.3 Verkaufsförderung, ... - hier befinden sich die behandelten Instrumente alle auf der zweiten Gliederungsebene).

- j) Die Forderung nach inhaltlicher Konsistenz gilt auch für das Verhältnis von Thema bzw. Titel der Arbeit und den Gliederungspunkten auf der ersten Ebene. Auch die Punkte auf der ersten Gliederungsebene müssen Teilaspekte des Themas sein. Dementsprechend sollte der Titel der Arbeit auch nicht als Kapitelüberschrift in der Gliederung auftauchen - dann wird sich der Leser nämlich fragen, welche „Existenzberechtigung“ die anderen Gliederungspunkte haben<sup>10</sup>, und demgemäß sollte die Arbeit auch mindestens zwei Hauptteile (zusätzlich zum Einleitungs- und Schlussteil) haben.

### 2.3 Leserführung

Ein Aspekt, der ebenfalls mit dem Aufbau der Arbeit zu tun hat, ist die Leserführung. Dabei geht es darum, den Leser gewissermaßen mit der Lektüre Ihrer Arbeit „nicht alleine zu lassen“, sondern ihm die Aufnahme der Informationen zu erleichtern.<sup>11</sup>

Diesem Zweck dienen natürlich auch die bereits angesprochene **Gliederung** sowie die **Ausführungen zum Aufbau der Arbeit** im Einleitungsteil. Hier geht es nun aber um die Leserführung in den Hauptteilen der Arbeit. Folgende Tipps sollten Sie dabei beherzigen:

- Sie können jedes (Haupt-)Kapitel Ihrer Arbeit **Zusammenfassungen** abschließen. Bei kürzeren Arbeiten ist dies allerdings in der Regel nicht nötig.
- Gewöhnen Sie es sich an, geeignete **Überleitungen** zu formulieren, die den inhaltlichen oder ablauf-mäßigen Zusammenhang zwischen den entsprechenden Kapiteln herausstellen. Oft empfiehlt es sich auch, zwischen über- und untergeordneten Abschnitten (z.B. nach Punkt 3., bevor Sie mit 3.1 anfangen) einen einleitenden Text zu formulieren, der bspw. die Unterteilung von Punkt 3. erläutert. Ein Beispiel hierfür finden Sie auf der nächsten Seite oben.
- Bei längeren Arbeiten bietet es sich zudem an, mit **Kapitelkopfzeilen** zu arbeiten - dann weiß der Leser jederzeit, „wo“ er sich befindet.
- Ein besonders wirksames Instrument der Leserführung, das im Übrigen auch der Nachvollziehbarkeit der eigenen Argumentation dient, ist der (zweckmäßige) **Einsatz von Grafiken und Bildern**, die komplexe Sachverhalte dem Leser oftmals leichter zugänglich machen und langatmige verbale Beschreibungen ersetzen können. Wenn Sie eine Abbildung bzw. Tabelle einfügen, so müssen Sie diese wie folgt kenntlich machen:

*Tab. 1: Jahresumsatz der Firma XY*

*Abb. 1: Durchschnittliche tägliche Internetnutzung der Jugendlichen 2008*

Abbildungen sollten nicht isoliert im Text stehen, sondern es muss auf sie verwiesen bzw. Bezug genommen werden.

### 3. Formale Aspekte: Literaturarbeit, Stil und Gestaltung

Neben inhaltlichen Kriterien findet auch die richtige Handhabung der herangezogenen Quellen und die Integration fremder Textpassagen Einzug in die Bewertung Ihrer Projekt- bzw. Bachelorarbeit. Dies gilt um so mehr, als die neue

<sup>10</sup> Vgl. Scheld, G.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, 6. Aufl., Bären 2004, S. 15.

<sup>11</sup> Vgl. hierzu auch Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt 2005, S. 65ff.

Prüfungsordnung der Dualen Hochschule – neben einer theoretisch-methodischen Fundierung der Aussagen – eine umfassendere und tiefer gehende Literaturrecherche (mit kritischer Auseinandersetzung mit den verarbeiteten Inhalten) fordert. Weitere formale Bewertungsaspekte stellen auf Stil- und Gestaltungsfragen ab.

### 3.1 Zitierweise und Integration von Quellen

Zitieren bedeutet, fremde Gedanken zu übernehmen und als solche zu kennzeichnen – andernfalls wird gegen das Gebot der Seriosität verstoßen. Durch Zitieren machen Sie Ihre Aussagen überprüfbar und unterstützen diese. Der ursprüngliche Sinn der zitierten Aussage sollte dabei erhalten bleiben (Stichwort: Verfälschungsfreiheit). Ferner ist auf die Einheitlichkeit der Zitierweise zu achten. Hinweise auf fremde Quellen finden sich dabei zum einen direkt im Text Ihrer Arbeit (also dort, wo sie zitiert werden) und zum anderen im Literaturverzeichnis.

#### 3.1.1 Zitier-System

Zunächst müssen Sie sich für ein Zitier-System entscheiden. Dabei haben Sie die Wahl zwischen folgenden Optionen:

##### a) Harvard-Zitierweise

*Hierbei positionieren Sie die Quellenangabe innerhalb des Fließtextes entweder direkt nach einem Wort oder am Ende eines Satzes in der Form (Meffert 2008, S. 223). Bei der Harvard-Zitierweise verzichtet man üblicherweise auf die Angabe des „vgl.“ als Kennzeichen eines sinngemäßen Zitats (siehe hierzu weiter unten).*

##### b) Zitieren mit Fußnoten

*Hierbei befinden sich die Quellenangaben in Fußnoten. Das Fußnoten-Zeichen befindet sich am Ende des Satzes oder Satzteil, den Sie zitieren. Wenn Sie zwei Mal hintereinander dieselbe Quelle heranziehen, können Sie anstatt der Nennung des Autors bzw. der Autorin auch die Variante „Ebd.“ (Ebenda) wählen.<sup>12</sup>*

*Beim Zitieren mit Fußnoten haben Sie wiederum zwei Alternativen: Den Voll- oder Kurzbeleg. Ersteren, bei dem die vollständigen Quellenangaben nicht nur im Literaturverzeichnis, sondern auch in den Fußnoten zu finden sind, sehen Sie in diesem Dokument. Wenn viel zitiert wird, ist es oft praktischer, Kurzbelege zu verwenden. Dies geschieht oft in der einfachen Form: Nachname des Autors bzw. der Autoren – Jahreszahl – Seitenangabe, z.B. „Spoun/Domnik 2004, S. 44“. Zu solchen Kurzzitaten können dann die vollständigen Angaben im Quellenverzeichnis nachgelesen werden.*

#### 3.1.2 Zitatarten

Nach der Intensität bzw. Vollständigkeit, mit der Sie sich an eine Quelle anlehnen, unterscheidet man die nachfolgend dargestellten Zitatformen.

##### a) Wörtliche Zitate:

*Diese machen Sie mit Anführungsstrichen am Anfang und am Ende der zitierten Aussage kenntlich, z.B. so: Nach Gläser sind unter dem Begriff „Medienprodukte“ all diejenigen Produkte zu verstehen, „... die zur Befriedigung von Informationsbedürfnissen hergestellt werden und über Medien – sei es in Form von Massenmedien, sei es in Form von Individual- oder Zielgruppenmedien – verbreitet werden.“ (Gläser 2008, S. 79). In diesem Beispiel könnte man die Jahres- und Seitenangabe auch wie folgt vorziehen: Nach Gläser (2008, S. 79) sind unter dem Begriff „Medienprodukte“ all diejenigen Produkte zu verstehen, „... die zur Befriedigung von Informationsbedürfnissen hergestellt werden und über Medien (...) verbreitet werden.“ Die Anführungszeichen kennzeichnen hier jeweils den Anfang und das Ende der wortwörtlichen Übernahme.*

##### b) Sinngemäße Zitate, d.h. nicht wortwörtliche Übernahmen sind durch "vgl." kenntlich zu machen.

##### c) Mitunter wird noch eine dritte Zitatform unterschieden, das analoge bzw. anlehrende Zitat. Hierbei besteht eine nicht so enge Anlehnung an eine Ausgangsquelle – z.B. dann, wenn der von Ihnen zitierte Autor einen bestimmten Ansatz in einem anderen Problemkontext entwickelt hat. Kenntlich machen können Sie ein solches Zitat z.B. durch "in Anlehnung an ...", "angeregt durch ...", "Ähnlich ..." oder "vgl. analog ...".

#### 3.1.3 Einarbeitung fremder Textpassagen bei wörtlichen Zitaten

<sup>12</sup> Vgl. Rossig, W./Prätsch, J.: Wissenschaftliche Arbeiten, 7. Aufl., Hamburg 2008, S. 157.

Bei der Einbindung fremder Textpassagen ist es sinnvoll, die nachfolgenden formalen Vorgaben zu berücksichtigen.<sup>13</sup>

- a) Auslassungen: Diese sind möglich, wenn hierdurch die Passage nicht aus dem Zusammenhang gerissen wird.  
*„Unter Kommunikation ist der wechselseitige Austausch von Gedanken (...) zu verstehen. Kommunikation ist ein Prozess der Vermittlung von Informationen.“*
- b) Ergänzungen: Diese werden meist mit eckigen Klammern kenntlich gemacht (und sollten ebenfalls den Sinn der zitierten Aussage/n nicht verändern).  
*„Informationen [meist zu speziellen Themen] werden beim Newsletter mehr oder weniger regelmäßig per Email an eine Gruppe von Empfängern versendet.“*
- c) Trunkierungen: Hierbei werden Satzteile am Anfang oder Ende einer Originalpassage weggelassen, z.B. so:  
*„...indem Nachrichten sich epidemisch wie ein Virus ausbreiten.“*

### 3.2 Quellenverzeichnis

Am Ende der Arbeit wartet dann noch die „ordnungsgemäße“ Gestaltung des Quellenverzeichnisses auf Sie. Dieses enthält alle von Ihnen innerhalb des Textes verwendeten Quellen – nicht mehr und nicht weniger. Nachfolgende Aspekte sind hierbei zu beachten:

- a) **Alphabetische Auflistung** nach Autor/en bzw. Urheber/n (bzw. deren Nachnamen)
- b) **Anordnungsschema wer, was, wo, wann** (dies gilt natürlich auch für die Fußnoten der Vollbeleg-Zitierweise)
  - „wer“ kennzeichnet dabei den oder die Autor/en,
  - „was“ den Titel,
  - „wo“ steht ...
    - ...bei Büchern für den Verlagsort und ggf. die Angabe des Verlags. Der Verlagsname kann, muss aber nicht angegeben werden. Wenn Sie sich dazu entscheiden, geschieht dies meist in folgender Form:  
*Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt: redline, 2005.*
    - ... bei Zeitschriften-Beiträgen für die Zeitschrift:  
*Hermes, V.: Viele schöne Zahlen – und kaum Klarheit, in: absatzwirtschaft, 50. Jg. (2007), Nr. 10, S. 98-100*
    - ... bei Sammel- bzw. Herausgeberwerken für das Herausgeberwerk:  
*Despotis, D.K. u.a.: Bewertung von Prepaid-Paketen nach dem Preis-Leistungs-Verhältnis: Ein DEA-Ansatz für klassierte Daten, in: Bauer, H.H./Staat, M./Hammerschmid, M. (Hrsg.): Marketing-Effizienz, München 2006, S. 247ff.*
    - ... bei Internetquellen für die Internetadresse.  
*O.V.: Unsere Werte – zusammen können wir viel bewegen!*  
*URL: [http://www.thebodyshop.de/web/tbsde/index.jsp?tbsmain=our\\_values](http://www.thebodyshop.de/web/tbsde/index.jsp?tbsmain=our_values) [Stand: 13.1.2009]*
  - „wann“ kennzeichnet das Veröffentlichungsdatum (oder den Stand bzw. das Datum der Online-Abfrage).
- c) Haben Sie **mehrere Quellen von einem Autor** bzw. einer Autorin oder einer Autorengruppe, so erfolgt die Listung **chronologisch**, wobei mit der ältesten Quelle begonnen wird.
- d) Haben Sie **mehrere Quellen eines Autors** aus demselben Jahr verwendet, so vollziehen Sie die Unterscheidung der Quellen bei der Kurzzitierweise durch die Zusätze a, b, c (2008a, 2008b etc. – die sich dann auch entsprechend im Quellenverzeichnis wiederfinden).

<sup>13</sup> Vgl. hierzu auch Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt/Wien 2005, S. 90f.

- e) Verfügt eine Quelle über **mehrere Autoren**, so ist es üblich, diese bei bis zu drei Urhebern alle zu nennen (z.B. Nieschlag/Dichtl/Hörschgen 2002, S. 167); ab drei Autoren wird nur der Erstgenannte mit dem Zusatz „u.a.“ angegeben. Denselben Zusatz können Sie auch bei mehr als drei Verlagsorten verwenden (z.B. „Köln u.a.“).
- f) **Fehlende Angaben** kennzeichnet man üblicherweise wie folgt:
- o. V.: ohne Verfasserangabe (was bei Zeitschriften- und Zeitungsbeiträgen sowie Online-Quellen öfter vorkommt)*
  - o. J.: ohne Jahresangabe*
  - o.O.: ohne Ortsangabe*
  - o. Jg.: ohne Jahrgangsangabe (bei Zeitungen/Zeitschriften)*
  - o. S.: ohne Seitenangabe*
- g) **Informationen aus dem Internet** sind gemäß dem Schema Autorenname/n, Titel, URL, Abfragedatum anzuführen. Bei Webseiten fällt die Angaben von Seitenzahlen, Verlag und ggf. Verlagsort weg. Oft greift man aber z.B. auch auf online allgemein verfügbare PDF-Dokumente zurück, die diese Angaben enthalten (als Beispiel siehe Fußnote 14).
- h) Das Literaturverzeichnis kann auch ein **Gesprächsverzeichnis** beinhalten (falls Sie beispielsweise Interviews durchgeführt haben). Hierbei sind Name, Unternehmen, Funktion im Unternehmen sowie das Datum des Gesprächs anzugeben. So eröffnen Sie dem Gutachter die Möglichkeit, die Gesprächspartner im Zweifelsfall zu kontaktieren, denn schließlich geht es beim Zitieren nicht zuletzt darum, Ihre Aussagen überprüfbar zu machen. Diese Option sollten Sie dem Gutachter nicht verschließen.
- i) Bitte unterteilen Sie Ihr Quellenverzeichnis nicht in verschiedene Bereiche (z.B. „Bücher“ und „Beiträge in Fachzeitschriften und Zeitungen“), da dies dem Leser die Quellensuche bei Kurzzitierweise (Müller 2006, S. 34) unnötig erschwert.

### 3.3 Quellenrecherche

Auch die Aktualität und der Umfang Ihrer Informationsrecherche in der Fachliteratur und in anderen Medien sind weitere wichtige Bewertungskriterien Ihrer Arbeit, denn ebenso wie das selbstständige Anfertigen der Arbeit verlangt diese auch nach einer selbstständigen Literaturrecherche. Dabei sollten Sie die nachfolgenden Tipps berücksichtigen:

- a) Zu Beginn eignen sich allgemeine Lexika, Fachlexika, Lehrbücher und Handbücher, um einen ersten Überblick über ein Themengebiet zu bekommen. Schauen Sie dort am besten in das Quellenverzeichnis, um geeignete (dann aber oft nicht ganz aktuelle) Quellen zu identifizieren.
- b) Sehr schnell einen Überblick verschaffen können Sie sich freilich auch durch eine Recherche in elektronischen Netzwerken<sup>14</sup>. Fast alle Hochschul-Bibliotheken bieten heute einen online verfügbaren Überblick über ihre Bestände an, und das Web wird heute zunehmend als Medium für Veröffentlichungen und Datenbanken genutzt. Von Interesse sind hier insbesondere:
- Suchmaschinen (Google, MetaCrawler etc.)
  - virtuelle Bibliothekskataloge
  - Online-Buchhandel
  - Wikipedia (deren „inflationäre“ Verwendung den Verfasser einer schriftlichen Arbeit aber dem Vorwurf aussetzt, er habe es sich bei der Informationsrecherche leicht gemacht)
  - Online-Ausgaben von Zeitschriften
- c) **Interdisziplinarität**
- Scheuen Sie sich nicht, auch mal einen Blick über Ihr Fachgebiet hinaus zu werfen. Andere wissenschaftliche Disziplinen bieten mitunter interessante Ansätze zur Klärung eines Problems.

<sup>14</sup> Vgl. hierzu im Detail Becker, F.G.: Zitat und Manuskript, Stuttgart 2007, URL: [https://www.schaeffer-poeschel.de/download/zitat/zitat\\_und\\_manuskript.pdf](https://www.schaeffer-poeschel.de/download/zitat/zitat_und_manuskript.pdf), S. 8ff. [Stand 5.1.2010]

Bei Arbeiten in den Bereichen Werbung und PR z.B. bietet es sich an, auch Literatur aus den wissenschaftlichen Disziplinen Sozialpsychologie, Psychologie, Kommunikationswissenschaft und Soziologie zu Rate zu ziehen.

- d) Skripte gelten nicht als zitierfähig, weil deren Inhalte meist von anderen Autoren stammen, die in Skripten erfahrungsgemäß selten angegeben werden. Wenn Sie unbedingt eine Information aus einem Skript zitieren wollen und diese nicht anderweitig finden, erfragen Sie notfalls beim Dozenten die Originalquelle.

### 3.4 Ausdrucksweise/Stil/Äußere Gestaltung

- a) Vermeiden Sie „Sprachartistik“ (Wissenschaftlich arbeiten heißt nicht, sich möglichst kompliziert auszudrücken!), aber auch „Stilschlamperei“ mit „reißerischen“ Formulierungen; befließen Sie sich statt dessen der gepflegten deutschen Sprache. Wissenschaftliche Texte sollten **sachlich, unmissverständlich und prägnant** formuliert sein.
- b) „Ich“ und „wir“ haben in wissenschaftlichen Arbeiten nichts verloren; allenfalls in einem Vorwort sollte man die „Ich-Form“ benutzen. Ersetzen Sie diese z.B. durch die Umschreibung „nach Ansicht der Autorin“ oder „nach Ansicht des Verfassers“.
- c) Fassen Sie sich kurz („doppelt gesagt ist schlechter“). Die häufige Verwendung von „bzw.“ oder „m.a.W.“ (mit anderen Worten) zeigt oft, dass man sich beim ersten Mal nicht klar ausdrücken konnte.
- d) Vermeiden Sie **Bandwurmsätze** über mehr als 4 Zeilen. Lange, umständliche und stark verschachtelte Sätze sind keineswegs immer sprachlich elegant und ein Ärgernis für den Leser.
- e) Rechthaberische Formulierungen wie „deshalb ist es völlig logisch, dass...“ sind störend und zeugen nicht von überlegener Kompetenz des Verfassers.
- f) Vermeiden Sie Fehler in Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung, Silbentrennung und Ausdruck.
- g) Besonders von einem Studenten des Fachs Medien und Kommunikation darf man erwarten, dass er/sie auf **Übersichtlichkeit und Einheitlichkeit des Layouts** achtet. Stellen Sie dabei aber nicht die Optik über den Inhalt!

## 4. Checkliste

Mit der nachfolgenden Checkliste können Sie vor Abgabe der Arbeit „abhaken“, ob Sie die in diesem Leitfaden geschilderten Anforderungen berücksichtigt haben.

Thema	<input type="checkbox"/> beinhaltet einen Theorie-Praxis-Bezug
	<input type="checkbox"/> geeigneter Betreuer vorhanden
	<input type="checkbox"/> zeitlich machbar
	<input type="checkbox"/> ist nicht als These formuliert
	<input type="checkbox"/> folgt dem Grundsatz „Tiefe vor Breite“
	<input type="checkbox"/> hat keinen Absolutheitsanspruch
	<input type="checkbox"/> Anspruchsniveau nicht zu niedrig
Problemstellung	<input type="checkbox"/> liefert Erläuterungen zur Ausgangslage
	<input type="checkbox"/> liefert dem Leser eine Rechtfertigung für die Themenwahl bzw. weist auf die Wichtigkeit des Themas hin

Zielsetzung	<input type="checkbox"/> ist präzise und klar formuliert
	<input type="checkbox"/> Anspruchsniveau nicht zu niedrig/nicht nur deskriptiv
	<input type="checkbox"/> verweist auf den zentralen Nutzen der Arbeit
	<input type="checkbox"/> passt zum Thema
Definitionen	<input type="checkbox"/> die zentralen Begriffe sind definiert
	<input type="checkbox"/> sind durch Literaturquellen fundiert
	<input type="checkbox"/> erheben keinen Wahrheitsanspruch
	<input type="checkbox"/> werden konsistent verwendet
Theoretischer Bezugsrahmen	<input type="checkbox"/> zweckmäßig, für die Arbeit passend
	<input type="checkbox"/> Begründung für oder gegen ein theoretisches Modell (Ansatz, Theorie) vorhanden
Argumentation	<input type="checkbox"/> nachvollziehbar, transparent
	<input type="checkbox"/> stützt sich auf Quellen
	<input type="checkbox"/> Pauschalurteile werden vermieden
	<input type="checkbox"/> ist sachlich-kritisch
Aufbau/Gliederung	<input type="checkbox"/> alle Bestandteile der Arbeit vorhanden (vgl. Abb. 1)
	<input type="checkbox"/> Inhaltsverzeichnis durchnummeriert und mit Seitenangaben versehen
	<input type="checkbox"/> prägnante Gliederungspunkt-Formulierungen (ohne Verben)
	<input type="checkbox"/> alle unterteilten Gliederungspunkte haben mindestens zwei Unterpunkte
	<input type="checkbox"/> Gliederungspunkte auf der gleichen Gliederungsebene haben einen gleichen inhaltlichen Rang
	<input type="checkbox"/> alle Gliederungs-Unterpunkte passen zu ihren Oberpunkten
Literaturarbeit und Zitierweise	<input type="checkbox"/> Anordnungsschema wer, was, wo, wann ist überall berücksichtigt
	<input type="checkbox"/> Sinn der zitierten Aussagen wird überall getroffen
	<input type="checkbox"/> (in Relation zum Thema) umfangreiche Literaturarbeit
	<input type="checkbox"/> aktuelle Literaturarbeit
	<input type="checkbox"/> einheitliche Zitierweise
	<input type="checkbox"/> Zitierarten sind unterscheidbar
	<input type="checkbox"/> Abrufdatum bei Internetquellen ist immer mit angegeben
	<input type="checkbox"/> chronologische Reihenfolge innerhalb des Literaturverzeichnisses
Sonstige Formalia	<input type="checkbox"/> übersichtliches und einheitliches Layout
	<input type="checkbox"/> klar strukturiertes Inhaltsverzeichnis
	<input type="checkbox"/> ggf. Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnis am Beginn der Arbeit
	<input type="checkbox"/> verständlicher Schreibstil
	<input type="checkbox"/> Beachtung von Interpunktion, Grammatik und Rechtschreibung ( <b>Arbeit Korrektur lesen lassen!</b> )
	<input type="checkbox"/> Eidesstattliche Erklärung beigefügt
	<input type="checkbox"/> Arbeit liegt in zweifach gedruckter sowie in elektronischer Form vor
	<input type="checkbox"/> Seitenumfang +/- 10% von 2.500 (Seminar-) bzw. 5.000 Wörtern (Projektarbeiten). Für die Bachelor-Arbeit sieht die neue Prüfungsordnung 60-80 Seiten vor.
	<input type="checkbox"/> Darstellungen sind innerhalb des Textes platziert (dort, wo Bezug darauf genommen wird)
	<input type="checkbox"/> Abbildungen weisen Titel und ggf. Quellenangaben auf

## Quellenverzeichnis

Becker, F.G.: Zitat und Manuskript, Stuttgart 2007, URL: [https://www.schaeffer-poeschel.de/download/zitat/zitat\\_und\\_manuskript.pdf](https://www.schaeffer-poeschel.de/download/zitat/zitat_und_manuskript.pdf) [Stand 6.4.2009]

Gockel, T.: Form der wissenschaftlichen Ausarbeitung, Berlin/ Heidelberg 2008

Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg 2007

Rossig, W.E./Prätsch, J.: Wissenschaftliche Arbeiten, 7. Aufl., Hamburg 2008

Scheld, G.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten, 6. Aufl., Büren 2004

Spoun, S./Domnik, D.B.: Erfolgreich studieren, München 2004

Weber, W.: Einführung in das Studium der Betriebswirtschaftslehre, 2. Aufl., Stuttgart 1995

Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, 2. Aufl., Frankfurt 2005