

## **Hinweise zum Anfertigen von wissenschaftlichen Arbeiten**

(Stand 05/2016)

## Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines.....	3
1.1 Hinweise zur Übernahme von wissenschaftlichen Arbeiten.....	3
1.2 Anzahl der Exemplare und Umfang .....	3
1.3 Äußere Form und formale Gestaltungskriterien .....	3
1.4 Häufige Fehler .....	4
2. Inhaltsverzeichnis.....	4
3. Zusammenfassung, Abbildungen, Tabellen, Abkürzungen .....	5
3.1 Zusammenfassung .....	5
3.2 Abbildungen und Tabellen .....	5
3.3 Abkürzungen.....	5
3.4 Anhang .....	6
4. Literaturverzeichnis .....	6
5. Zitieren .....	11
5.1 Allgemeines .....	11
5.2 Zitierformen.....	11
5.2.1 Wörtliche Zitate .....	12
5.2.2 Sinngemäße Zitate.....	12
6. Anhang.....	13
6.1 Muster des Deckblatts einer Seminararbeit .....	13
6.2 Muster des Deckblatts einer Bachelorarbeit .....	14
6.3 Muster des Deckblatts einer Masterarbeit .....	15
6.4 Muster für die Erklärung über die selbstständige Anfertigung der Arbeit.....	16

# 1. Allgemeines

## 1.1 Hinweise zur Übernahme von wissenschaftlichen Arbeiten

Voraussetzung für die Übernahme einer Abschlussarbeit ist der Besuch von mindestens einem Seminar am Lehrstuhl für Marketing, insb. Konsumentenforschung. Es gibt keine festen Termine für die Anmeldung von Abschlussarbeiten. Bei Interesse an der Übernahme einer Abschlussarbeit ist das Formular ‚Bewerbung für Abschlussarbeit‘ ausgefüllt im Sekretariat abzugeben.

Das Anmeldeformular vom Prüfungsamt muss bereits bei der Themeneinsicht abgegeben werden. Die Anmeldung von Abschlussarbeiten muss spätestens vier Wochen nach der Themeneinsicht erfolgen.

## 1.2 Anzahl der Exemplare und Umfang

Von Haus- bzw. Seminararbeiten oder dem Projektbericht müssen zwei Exemplare im Sekretariat des Lehrstuhls für Marketing, insb. Konsumentenforschung abgegeben werden. Von Bachelor-, Master- oder Diplomarbeiten müssen zwei Exemplare im Prüfungsamt abgegeben werden. Darüber hinaus muss eine CD mit der Arbeit im Word-Format beim Betreuer (Hausarbeiten oder Seminararbeiten) bzw. beim Prüfungsamt (Bachelor-, Master- oder Diplomarbeit) abgegeben werden. Das Prüfungsamt leitet die dort abgegebenen Arbeiten an den Lehrstuhl weiter. Bei empirischen Arbeiten müssen auch alle relevanten Daten (Fragebogen, erhobene Daten, Auswertungen etc.) auf der CD enthalten sein.

Haus- bzw. Seminararbeiten sind mit einem Heftstreifen zusammenzuheften. Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten sollen mit einer Klebebindung gebunden werden.

Die wissenschaftlichen Arbeiten sollen ohne Anhang und Literaturverzeichnis folgenden Umfang haben:

- Haus- bzw. Seminararbeit: 10-20 Seiten (den genauen Umfang entnehmen Sie der Modul-Beschreibung der jeweiligen Veranstaltung)
- Projektbericht: ca. 30 Seiten
- Bachelorarbeit: ca. 30 Seiten
- Masterarbeit: ca. 60 Seiten
- Diplomarbeit: ca. 60 Seiten

## 1.3 Äußere Form und formale Gestaltungskriterien

Bei der wissenschaftlichen Arbeit werden folgende Anforderungen an die äußere Form gestellt:

- Format: DIN A 4, einseitige Beschriftung, Blocksatz
- Rand: links 4 cm, sonst 2 cm
- Zeilenabstand: 1,5-zeilig im Text, 1-zeilig in den Fußnoten
- Schrift: Arial 11 Punkt oder Times 12 Punkt, 9 Punkt in den Fußnoten, Überschriften maximal in 12-14 Punkt
- Absätze: Vor neuen Absätzen ist ein Abstand von 6 Punkten einzuhalten.

Die formale Gestaltung besteht aus folgenden Bestandteilen in der dargestellten Reihenfolge:

- Deckblatt ohne Seitenzahl (Muster siehe Anhang)
- Bei Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten: Zusammenfassung der Arbeit
- Inhaltsverzeichnis (römische Nummerierung)
- ggf. Abbildungsverzeichnis (römische Nummerierung -Fortsetzung-)
- ggf. Tabellenverzeichnis (römische Nummerierung -Fortsetzung-)
- ggf. Abkürzungsverzeichnis (römische Nummerierung -Fortsetzung-)
- ggf. Symbolverzeichnis (römische Nummerierung -Fortsetzung-)
- Text (arabische Nummerierung)
- Literaturverzeichnis (arabische Nummerierung -Fortsetzung-)
- ggf. Anhang (römische Nummerierung -Fortsetzung-)
- bei Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten: Erklärung über die selbstständige Anfertigung der Arbeit (ohne Nummerierung; Muster siehe Anhang)

## 1.4 Häufige Fehler

In wissenschaftlichen Arbeiten treten gewisse Fehler gehäuft auf. Zum Beispiel ist die Gliederung sehr oft formal und inhaltlich nicht ausgewogen. Formale Ausgewogenheit bedeutet in diesem Fall, dass die Punkte des Hauptteils in ungefähr gleichmäßig viele Unterpunkte gegliedert sein sollten.

Die schriftliche Arbeit ist prägnant und objektiv zu formulieren, damit die Aussage dem Leser so klar wie möglich vermittelt wird. Zu vermeiden bzw. zu unterlassen sind u.a.:

- verschachtelte Sätze,
- Füllwörter (z.B. nun),
- Übertreibungen (erheblich, enorm etc.),
- ich-, wir-, man- Formen und
- persönliche Wertungen (leider etc.).

## 2. Inhaltsverzeichnis

Den textlichen Ausführungen ist ein Inhaltsverzeichnis voranzustellen, das einen Überblick über den logischen Aufbau der Arbeit geben und für den Leser nachvollziehbar sein soll. Die im Inhaltsverzeichnis aufgeführten Gliederungspunkte müssen mit den Überschriften im Textteil identisch sein. Die Anzahl der Gliederungspunkte sollte in einem angemessenen Verhältnis zum Umfang des Textes stehen. Mehrere Gliederungspunkte auf ein oder zwei Textseiten sind zu viel und hemmen den Lesefluss.

Auf jeder Stufe der Gliederung müssen mindestens zwei Punkte stehen, d.h. auf Punkt 1.1 muss mindestens ein 1.2 folgen. Die Tiefe der Gliederung sollte maximal zwei Unterpunkte beinhalten (d.h. max. 1.2.1). Untergeordnete Gliederungspunkte sollten im Inhaltsverzeichnis eingerückt und im Textteil nicht eingerückt werden. Im Inhaltsverzeichnis werden auch alle weiteren Bestandteile der Arbeit (Abbildungsverzeichnis, Tabellenverzeichnis, Anhang, etc.) in der Reihenfolge ihres Erscheinens vermerkt.

Es ist nicht zwingend erforderlich, dass nach einem Gliederungspunkt und vor einem weiteren eine Leserführung erfolgt. Es ist daher auch möglich, dass, sofern sinnvoll, ein Gliederungspunkt direkt auf einen Gliederungspunkt folgen zu lassen.

### 3. Zusammenfassung, Abbildungen, Tabellen, Abkürzungen

#### 3.1 Zusammenfassung

Bachelor-, Master- sowie Diplomarbeiten ist nach dem Deckblatt eine Zusammenfassung der Arbeit beizufügen. Diese sollte ca. eine halbe Seite einnehmen und fungiert als sogenannter „Abstract“. Die Kernfrage der Arbeit sowie die wichtigsten Ergebnisse sind zusammenzufassen und übersichtlich darzustellen.

#### 3.2 Abbildungen und Tabellen

Abbildungen und Tabellen sollen den Text in übersichtlicher Form ergänzen und anschaulicher gestalten. Auf Abbildungen und Tabellen sollte grundsätzlich im Text verwiesen werden, d.h. sie bedürfen immer einer Erläuterung.

Jede Abbildung und Tabelle sollte mit einer Überschrift gekennzeichnet werden, die in einem Abbildungs- und Tabellenverzeichnis zusammengestellt werden. Bei wenigen Abbildungen und Tabellen können diese in einem Darstellungsverzeichnis zusammengefasst werden. Die Überschriften der Abbildungen und Tabellen sollten sich wörtlich im Abbildungs- und Tabellenverzeichnis wiederfinden.

Abbildungen und Tabellen sollten nur eingefügt werden, sofern sie ein notwendiger Bestandteil des Textes sind. Weitere für die Arbeit notwendige Tabellen (nicht das komplette SPSS-Output!) können im Anhang angefügt werden (dies gilt besonders für empirische Arbeiten).

##### Formale Anforderungen:

- eine über den gesamten Text fortlaufende Nummerierung (gesondert für Abbildungen und Tabellen)
- eine Überschrift unter der Tabelle oder Abbildung, die den Inhalt der Abbildung bzw. Tabelle wiedergibt
- eine Quellenangabe (bei selbst erstellten Abbildungen/Tabellen **entfällt** diese, bei modifizierten Abbildungen/Tabellen: „Quelle: in Anlehnung an *Literaturangabe, Seitenangabe*“, bei übernommener Abbildung/Tabelle: „Quelle: *Literaturangabe, Seitenangabe*“).

#### 3.3 Abkürzungen

Im Text und im Literaturverzeichnis aufgeführte Abkürzungen werden in alphabetischer Reihenfolge in ein Abkürzungsverzeichnis aufgenommen.

Zulässig und **nicht** im Abkürzungsverzeichnis anzugeben sind geläufige Abkürzungen (vgl. Duden), z.B. etc., usw., vgl.

Zulässig und im Abkürzungsverzeichnis anzugeben sind:

- übliche Abkürzungen von Zeitschriften
- Abkürzungen für Institutionen und Organisationen
- In Fachgebiet gebräuchliche Abkürzungen.

**Nicht** zulässig sind unübliche oder aus Bequemlichkeit eingeführte Abkürzungen.

Für den seltenen Fall, dass Symbole verwendet werden, kann ein kombiniertes Abkürzungs- und Symbolverzeichnis erstellt werden.

### 3.4 Anhang

Soll der Arbeit ein Anhang beigefügt werden, so wird dieser nach dem Literaturverzeichnis eingeordnet. Auf den Anhang wird hingewiesen, indem ihm ein Blatt mit der Aufschrift ANHANG vorangestellt wird. Diese Seite erhält keine Seitenzahl. Die Seiten des Anhangs sind wiederum römisch zu nummerieren. Die fortlaufende Nummerierung der Verzeichnisse zu Beginn der Arbeit wird fortgeführt. Hatte also die letzte Seite des Abbildungsverzeichnisses die Seitenzahl VII, dann bekommt die erste Seite des Anhangs bzw. ggf. das Anhangsverzeichnis die Seitenzahl VIII.

In den Anhang werden u.a. Tabellen, Übersichten und Schaubilder aufgenommen, die als zusätzliche Erläuterungen zum Text zu verstehen sind. Die im Anhang aufgenommenen Tabellen, Schaubilder u.ä. sind auf die gleiche Weise anzufertigen wie Tabellen und Abbildungen im Hauptteil der Arbeit. Das bedeutet insbesondere, dass es **nicht zulässig** ist, Tabellen des SPSS-Outputs in den Anhang zu kopieren. Ein Anhang ist kein zwingend notwendiger Bestandteil der Arbeit, sondern bietet die Möglichkeit, zusätzliche Erläuterungen aufzunehmen. Dieser Teil sollte nicht unnötig ausgeweitet werden. Bei nichtempirischen Arbeiten ist ein Anhang unüblich.

Umfasst der Anhang mehr Seiten als der eigentliche Text oder enthält mehr als vier Positionen (z.B. Fragebogen, SPSS-Syntax), ist es ratsam, ein Anhangsverzeichnis unmittelbar nach dem Blatt mit der Aufschrift ANHANG einzufügen. Dort sind die Titel der Positionen mit den entsprechenden römischen Seitenzahlen anzugeben.

## 4. Literaturverzeichnis

Im Literaturverzeichnis müssen **alle** in der Arbeit genannten Veröffentlichungen aufgeführt werden. Im Literaturverzeichnis werden **alle** Autoren genannt. Bei mehreren Auflagen sollte die neueste Auflage verwendet werden. Sie können sich an den Regeln 1. des APA 6th., 2. des JCR und 3. an einem modifizierten JCR-Zitierstil orientieren.

### Reihenfolge:

1. Alphabetisch nach dem Nachnamen der Verfasser.
2. Bei mehreren Veröffentlichungen desselben Verfassers nach Erscheinungsjahr beginnend mit der frühesten Veröffentlichung. Hat ein Autor in einem Erscheinungsjahr mehrere Publikationen verfasst, so werden die Jahresangaben mit Kleinbuchstaben gekennzeichnet (2008a, 2008b, etc.).

Publikationen ohne Verfasserangabe werden unter o.V. eingeordnet. Die Quellen sind in **einem** Literaturverzeichnis aufzuführen, d.h. es erfolgt **keine Trennung nach Monographien, Sammelwerken, Zeitschriften** etc.

Die Quellenangaben müssen je nach Art des zitierten Werkes folgende Angaben enthalten:

## 1. **APA 6th**

### – **Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften:**

Nachname Autor 1, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., Nachname Autor 2, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., Nachname Autor 3, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., Nachname Autor 4, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., & Nachname Autor 5, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen. (Erscheinungsjahr). Titel des Beitrages. *Titel der Zeitschrift*, Jahrgang(Ausgabe), Seitenzahl von-bis.

Beispiel: Boztuğ, Y., Hildebrandt, L., & Raman, K. (2014). Detecting price thresholds in choice models using a semi-parametric approach. *OR Spectrum*, 36(1), 187-207.

### – **Beiträge in Sammelwerken**

Nachname Autor 1, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., Nachname Autor 2, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen. & Nachname Autor 3, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen. (Jahr). Titel. In Anfangsbuchstabe des/der Vornamen des Herausgebers. Nachname des Herausgebers (Eds.), *Titel des Sammelwerks*, (pp. von-bis). Erscheinungsort: Verlag.

Beispiel: Boztuğ, Y., Hildebrandt, L. & Silberhorn, N. (2012). Investigating cross-category brand loyal purchase behavior in FMCG. In A. Diamantopoulos, W. Fritz, & L. Hildebrandt (Eds.), *Quantitative Marketing und Marketing Management*, (pp. 287-302). Wiesbaden: Springer Gabler.

### – **Monographien**

Nachname des 1. Verfassers, Anfangsbuchstaben des/der Vornamen., Nachname des 2. Verfassers, Anfangsbuchstaben des/der Vornamen des 2. Verfassers., & Nachname des 3. Verfassers, Anfangsbuchstaben des/der Vornamen des 3. Verfassers. (Jahr). *Titel* (Auflage). Erscheinungsort: Verlag.

Beispiel: Jahn, S. (2013). *Konsumentenwert: Konzeptualisierung und Analyse der Wirkungen auf Zufriedenheit und Loyalität am Beispiel eines Festivals*. Wiesbaden: Springer Gabler.

### – **Konferenzbeiträge / Tagungsbände**

Nachname Autor 1, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., & Nachname Autor 2, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen. (Jahr). *Titel*. In Anfangsbuchstabe des/der Vornamen Herausgeber 1. Nachname, & Anfangsbuchstabe des/der Vornamen Herausgeber 2. Nachname (Eds.), *Titel Tagungsband*. Vol. Bandnummer., von-bis. Erscheinungsort: Verlag.

Beispiel: Schuch, J., Jahn, S., Dannewald, T., & Boztug, Y. (2014). *Understanding Nutrition Information: How Reference Points Affect Healthful Food Choice*. In R. Hamilton, & R. Sa Vinhas (Eds.), *Proceedings of the AMA 2014 Summer Marketing Educators' Conference*. San Francisco, USA.

– **Arbeitspapiere/ Working Papers**

Nachname Autor 1, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen., & Nachname Autor 2, Anfangsbuchstabe des/der Vornamen. (Jahr). *Titel*. Reihentitel Nummer. Ggf. Anmerkung. Erscheinungsort.

Beispiel: Holbrook, M. B. (1984). *Axiology in Consumer Research: The Nature of Value in the Consumption Experience*. Working Paper. Graduate School of Business, Columbia University.

– **Online-Quellen**

Die Angabe der Quellen erfolgt analog zu den genannten Publikationen (je nach Art der Online-Quelle). Zusätzlich dazu wird die Internet-Adresse angegeben (kein Hyperlink) und das Datum des letzten Aufrufs dieser Internet-Adresse.

Nachname Autor 1, Anfangsbuchstaben des/der Vornamen., & Nachname Autor 2 Anfangsbuchstabe des/der Vornamen. (Jahr). *Titel*. URL (accessed Monat Tag, Jahr).

Beispiel: Witzel, F., & Riechel, A. (2010). *Georg-August-Universität Göttingen*. <http://www.uni-goettingen.de> (accessed August 24, 2010).

Blogs, Wikipedia und ähnliche Seiten sind von der Verwendung **ausgeschlossen**. Die verwandten Web-Seiten sind auf angemessene Seriosität zu überprüfen und müssen von achtbaren Quellen erstellt worden sein. Außerdem dienen sie nur der Illustration und dürfen **nicht** als Argumentationsgrundlage verwendet werden.

**2. JCR:**

– **Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften**

Nachname Autor 1, Vorname, Vorname Autor 2 Nachname, Vorname Autor 3 Nachname, Vorname Autor 4 Nachname, and Vorname Autor 5 Nachname (Erscheinungsjahr), "Titel des Beitrages," Titel der Zeitschrift, Jahrgang (Ausgabe), von-bis.

Beispiel: Boztuğ, Yasemin, Lutz Hildebrandt, and Kalyan Raman (2014), "Detecting price thresholds in choice models using a semi-parametric approach," *OR Spectrum*, 36 (1), 187-207.

– **Beiträge in Sammelwerken**

Nachname Autor 1, Vorname, Vorname Autor 2 Nachname, and Vorname Autor 3 Nachname (Jahr), "Titel," in *Titel des Sammelwerks*, ed. Vorname Nachname des Herausgebers, Erscheinungsort: Verlag, (von-bis).

Beispiel: Boztuğ, Yasemin, Lutz Hildebrandt, and Nadja Silberhorn (2012), "Investigating cross-category brand loyal purchase behavior in FMCG," in *Quantitative Marketing und Marketing Management*, ed. Adamantios Diamantopoulos, Wolfgang Fritz, and Lutz Hildebrandt, Wiesbaden: Springer Gabler, 287-302.



– **Monographien**

Nachname des 1. Verfassers, Vorname, Vorname des 2. Verfassers Nachname, and Vorname des 3. Verfassers Nachname (Jahr), *Titel* (ggf. Auflage), Erscheinungsort: Verlag.

Beispiel: Jahn, Steffen (2013), *Konsumentenwert: Konzeptualisierung und Analyse der Wirkungen auf Zufriedenheit und Loyalität am Beispiel eines Festivals*, Wiesbaden: Springer Gabler.

– **Konferenzbeiträge / Tagungsbände**

Nachname Autor 1, Vorname, and Vorname Autor 2 Nachname (Jahr), "Titel," in *Titel Tagungsband*. Vol. Bandnummer, ed. Vorname Herausgeber 1 Nachname, and Vorname Herausgeber 2 Nachname, von-bis, Erscheinungsort, Land.

Beispiel: Schuch, Jutta, Steffen Jahn, Till Dannewald, and Yasemin Boztuğ (2014), "Understanding Nutrition Information: How Reference Points Affect Healthful Food Choice," in *Proceedings of the AMA 2014 Summer Marketing Educators' Conference*, ed. Rebecca Hamilton, and Alberto Sa Vinhas, San Francisco, USA.

– **Arbeitspapiere/ Working Papers**

Nachname Autor 1, Vorname, and Vorname Autor 2 Nachname (Jahr), *Titel*, Reihentitel Nummer, ggf. Anmerkung, Erscheinungsort.

Beispiel: Holbrook, Morris B. (1984), *Axiology in Consumer Research: The Nature of Value in the Consumption Experience*, Working Paper, Graduate School of Business, Columbia University.

– **Online-Quellen**

Die Angabe der Quellen erfolgt analog zu den genannten Publikationen (je nach Art der Online-Quelle). Zusätzlich dazu wird die Internet-Adresse angegeben (kein Hyperlink) und das Datum des letzten Aufrufs dieser Internet-Adresse.

Nachname Autor 1, Vorname, and Vorname Autor 2 Nachname (Jahr), *Titel*, URL (accessed Monat Tag, Jahr).

Beispiel: Witzel, Frank, and Andreas Riechel (2010), Georg-August-Universität Göttingen, <http://www.uni-goettingen.de> (accessed August 24, 2010).

### 3. JCR modifiziert

– **Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften**

Nachname Autor 1, Vorname, Vorname Autor 2 Nachname, Vorname Autor 3 Nachname, Vorname Autor 4 Nachname, & Vorname Autor 5 Nachname (Erscheinungsjahr), "Titel des Beitrages," *Titel der Zeitschrift*, Jahrgang (Ausgabe), von-bis.

Beispiel: Boztuğ, Yasemin, Lutz Hildebrandt, & Kalyan Raman (2014), "Detecting price thresholds in choice models using a semi-parametric approach," *OR Spectrum*, 36 (1), 187-207.

– **Beiträge in Sammelwerken**

Nachname Autor 1, Vorname, Vorname Autor 2 Nachname, & Vorname Autor 3 Nachname (Jahr), "Titel," in *Titel des Sammelwerks*, ed. Vorname Nachname des Herausgebers, Erscheinungsort: Verlag, (von-bis).

Beispiel: Boztuğ, Yasemin, Lutz Hildebrandt, & Nadja Silberhorn (2012), "Investigating cross-category brand loyal purchase behavior in FMCG," in *Quantitative Marketing und Marketing Management*, ed. Adamantios Diamantopoulos, Wolfgang Fritz, & Lutz Hildebrandt, Wiesbaden: Springer Gabler, 287-302.

– **Monographien**

Nachname des 1. Verfassers, Vorname, Vorname des 2. Verfassers Nachname, & Vorname des 3. Verfassers Nachname (Jahr), *Titel* (ggf. Auflage), Erscheinungsort: Verlag.

Beispiel: Jahn, Steffen (2013), *Konsumentenwert: Konzeptualisierung und Analyse der Wirkungen auf Zufriedenheit und Loyalität am Beispiel eines Festivals*, Wiesbaden: Springer Gabler.

– **Konferenzbeiträge / Tagungsbände**

Nachname Autor 1, Vorname, and Vorname Autor 2 Nachname (Jahr), "Titel," in *Titel Tagungsband*. Vol. Bandnummer, Ed. Vorname Herausgeber 1 Nachname, & Vorname Herausgeber 2 Nachname, von-bis, Erscheinungsort, Land.

Beispiel: Schuch, Jutta, Steffen Jahn, Till Dannewald, & Yasemin Boztuğ (2014), "Understanding Nutrition Information: How Reference Points Affect Healthful Food Choice," in *Proceedings of the AMA 2014 Summer Marketing Educators' Conference*, Ed. Rebecca Hamilton, & Alberto Sa Vinhas, San Francisco, USA.

– **Arbeitspapiere/ Working Papers**

Nachname Autor 1, Vorname, & Vorname Autor 2 Nachname (Jahr), *Titel*, Reihentitel Nummer, Ggf. Anmerkung, Erscheinungsort.

Beispiel: Holbrook, Morris B. (1984), *Axiology in Consumer Research: The Nature of Value in the Consumption Experience*, Working Paper, Graduate School of Business, Columbia University.

– **Online-Quellen**

Die Angabe der Quellen erfolgt analog zu den genannten Publikationen (je nach Art der Online-Quelle). Zusätzlich dazu wird die Internet-Adresse angegeben (kein Hyperlink) und das Datum des letzten Aufrufs dieser Internet-Adresse.

Nachname Autor 1, Anfangsbuchstaben des/der Vornamen., & Nachname Autor 2 Anfangsbuchstabe des/der Vornamen, (Jahr), Titel. URL (Tag. Monat Jahr).

Beispiel: Witzel, F., & Riechel, A. (2010), Georg-August-Universität Göttingen, <http://www.uni-goettingen.de> (24. August 2010).

## 5. Zitieren

### 5.1 Allgemeines

Grundsätzlich muss die wörtliche bzw. sinngemäße Übernahme fremder Gedanken **immer** kenntlich gemacht werden. Die Zitierpflicht bezieht sich nicht nur auf den Text, sondern auch auf Tabellen, Abbildungen, etc. Ein Zitat sollte immer aus der **Originalquelle** stammen. Eine Sekundärquelle darf nur verwendet werden, wenn die Originalquelle nur schwer oder gar nicht mehr zugänglich ist.

Eine Verletzung der Zitierpflicht führt zu einer Bewertung der Arbeit mit „nicht ausreichend“.

### 5.2 Zitierformen

Die Quellenangabe erfolgt als Kurzzitat **innerhalb** des Textes (sog. Harvard-Stil). Geben sie bis zu **vier** Autoren namentlich an. Ab vier Autoren kürzen sie ab dem zweiten Autoren einmalig mit „et al.“ ab.

Beispiele **APA-Stil** (APA 6th):

- Beispiel ein Autor: (Thaler, 2008, p. 18)
- Beispiel zwei Autoren: (Sherif & Hovland, 1961, pp. 60-61)
- Beispiel drei Autoren: (Nayga, Kim, & Capps, 2001, pp. 251-53)
- Beispiel vier Autoren: (Higginson et al., 2002, p. 146)
- Beispiel mehr als vier Autoren: (Holdsworth et al., 2010, p. 5)

Beispiele **JCR-Stil** (Journal of Consumer Research):

- Beispiel ein Autor: (Thaler 2008, S. 18)
- Beispiel zwei Autoren: (Sherif and Hovland 1961, 60-1)
- Beispiel drei Autoren: (Nayga, Kim, and Capps 2001, 251-3)
- Beispiel vier Autoren: (Higginson et al. 2002, 146)
- Beispiel mehr als vier Autoren: (Holdsworth et al. 2010, 5)

Beispiele **modifizierter JCR-Stil** (Journal of Consumer Research + manuelle Änderungen):

- Beispiel ein Autor: (Thaler 2008, S. 18)
- Beispiel zwei Autoren: (Sherif & Hovland 1961, S. 60f.)
- Beispiel drei Autoren: (Nayga, Kim, & Capps 2001, S. 251ff.)
- Beispiel vier Autoren: (Higginson et al. 2002, S. 146)
- Beispiel mehr als vier Autoren: (Holdsworth et al. 2010, S. 5)

Fußnoten stören den Lesefluss und sollten auf wichtige Einschübe beschränkt werden, die nicht direkt im Text untergebracht werden können; die Fußnoten sind dann ggf. fortlaufend zu nummerieren. Bei Zitaten ist die entsprechende Seitenzahl anzugeben.

### 5.2.1 *Wörtliche Zitate*

Das Ziel eines wörtlichen Zitates ist die Hervorhebung einer für die Arbeit bedeutsamen Aussage, bei der der Wortlaut entscheidend ist (z.B. Definitionen). Das wörtliche Zitieren von Quellen sollte die Ausnahme bilden und kurz gehalten werden.

Wörtlich übernommene Textstellen sind durch Anführungsstriche („...“) zu kennzeichnen. Die Auslassung eines Wortes wird durch zwei Punkte [..], die Auslassung mehrere Worte durch drei Punkte [...] gekennzeichnet. Jede Veränderung (z.B. um die grammatikalische Stimmigkeit des Zitats zu sichern), sind durch eckige Klammern darzustellen (z.B. „... diese[m] ...“).

### 5.2.2 *Sinngemäße Zitate*

Das Ziel eines sinngemäßen Zitates ist die Kennzeichnung des Inhalts einer fremden Quelle, auf den sich der Verfasser bezieht. Die Quelle, aus welcher das sinngemäße Zitat entstammt, ist nach diesem (typischerweise am Satzende) in Klammern anzugeben. Ein vorangestelltes „vgl.“ ist optional, die Seitenangabe obligatorisch.

## 6. Anhang

### 6.1 Muster des Deckblatts einer Seminararbeit

#### Thema

Vorgelegt am: Abgabedatum

von: Name, Vorname

Matrikelnummer

Semesteranschrift

Telefonnummer

Email

Studienfach

Semesterzahl

Bei:

Prof. Dr. Yasemin Boztuğ

Professur für Marketing, insbesondere Konsumentenforschung

## 6.2 Muster des Deckblatts einer Bachelorarbeit

### Thema

12-wöchige Abschlussarbeit im Rahmen der Prüfungen im Studiengang Bachelor of Science in Betriebswirtschaftslehre an der Georg-August-Universität Göttingen

vorgelegt am..... (Abgabedatum)

von ..... (Vor- und Nachname)

aus ..... (Geburtsort)

bei Prof. Dr. Yasemin Boztuğ

Professur für Marketing, insbesondere Konsumentenforschung

### 6.3 Muster des Deckblatts einer Masterarbeit

## Thema

20-Wochen-Arbeit im Rahmen der Prüfungen im Studiengang Master of Science in Marketing und Channel Management an der Georg-August-Universität Göttingen

vorgelegt am..... (Abgabedatum)

von ..... (Vor- und Nachname)

aus ..... (Geburtsort)

bei Prof. Dr. Yasemin Boztuğ

Professur für Marketing, insbesondere Konsumentenforschung

## 6.4 Muster für die Erklärung über die selbstständige Anfertigung der Arbeit

### Erklärung

Ich versichere, dass ich die Arbeit (den gekennzeichneten Anteil der Arbeit) selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder anderen Quellen entnommen sind, sind als solche kenntlich gemacht. Weiterhin stimmen die schriftliche und die elektronische Form der Arbeit überein.

-----

Ort, Datum

-----

Unterschrift