

Prof. Dr. Günter Silberer

Institut für Marketing und Handel

Georg-August-Universität Göttingen

<http://www.marketing.uni-goettingen.de>

DAS KLEINE HANDBUCH FÜR HAUS- UND ABSCHLUSSARBEITEN

(Stand Febr. 2007)

Für Hausarbeiten und Abschlussarbeiten gelten dieselben inhaltlichen wie formalen Anforderungen. Gute Ergebnisse lassen sich nur erzielen, wenn die erforderlichen Empfehlungen zur Ablauforganisation eingehalten werden.

1. Zur Ablauforganisation:

Was die Themenvergabe angeht, bitte die Hinweise und Termine in den Aushängen am schwarzen Brett und auf unserer Website beachten.

Beachten Sie bitte auch den Abgabetermin und wählen sie ein professionelles Zeitmanagement (siehe dazu die Fachliteratur zum Zeitmanagement).

Die definitive Themenvergabe setzt ein Beratungsgespräch mit dem Betreuer bzw. der Betreuerin voraus.

Nach der Themenzuteilung beginnt die Erarbeitung der Einleitung (vorläufige Version) und der Gliederung. Beides wird mit dem Betreuer bzw. der Betreuerin besprochen. Das Ergebnis dieser Besprechung sollten Sie schriftlich festhalten, als Aktennotiz unverzüglich abgeben und vom Betreuer bzw. der Betreuerin abzeichnen lassen.

2. Die inhaltlichen Anforderungen an eine schriftliche Arbeit

Entwickeln Sie ein klare, themenzentrierte Fragestellung(en) in der Einleitung; möglichst in der Form von Fragen, die mit einem Fragezeichen enden. Diese Fragen werden dann im Hauptteil zielstrebig beantwortet. Dabei kommt es darauf an, die Vorarbeiten anderer Autoren zur Kenntnis zu nehmen und zu verwenden. Zitieren Sie diese Vorarbeiten richtig und exakt. Fehlende Quellenhinweise werden als Täuschungsversuch gewertet.

Bei Abschlussarbeiten hat sich folgende Untergliederung der Einleitung bewährt:

- 1.1 Hinführung zum Thema
- 1.2 Herleitung und Ausformulierung der Fragestellung
- 1.3 Abgrenzung des Themas (Angabe jener Aspekte, die zum Thema gehören, aber ausgeklammert werden)
- 1.4 Aufbau der Arbeit (Begründung der Gliederung)

Dem Hauptteil der Arbeit sollte kein Grundlagenteil vorangestellt werden, weil dabei meist nur Lehrbuchwissen wiedergekaut wird. Marketing-Grundlagenwissen wird beim Leser wie beim Schreiber ohnehin vorausgesetzt. Alles was grundlegend ist und über das übliche Lehrbuchwissen hinausgeht, kann dort ausgeführt werden, wo es gebraucht wird – also vor Ort. Abschnitte zeugen von einer sinnvollen Einteilung der Gedankengänge. Wer mehr als drei bis vier Abschnitte pro Seite bildet, sollte Prüfen, ob die Analyse oberflächlich geraten ist oder ob ein Gedankengang zerschnitten wurde. Die Zusammenfassung am Ende der Arbeit enthält eine knappe Formulierung der im Hauptteil erarbeiteten Antworten auf die in der Einleitung gestellten Fragen.

Zu den wichtigsten Anforderungen an die Gliederung und an den Text zählen folgende:

- themenbezogene und ausformulierte (informative) Gliederungspunkte
- themenzentrierte und bruchlose (diskursive) Gedankenführung bzw. Gedankenfolge im Text
- fehlerfreie und verständliche, klare Sprache (dies setzt ein gedankliches Durchdringen der Materie voraus)
- nachvollziehbare Verarbeitung der themenrelevanten Gedanken und Befunde in der Fachliteratur, die nicht im Buchhandel erschienene "graue" Literatur inbegriffen
- Quellenangabe bei jeder Idee bzw. jeder Feststellung, die nicht ausschließlich von der Autorin/dem Autor stammt.
- Eine Quellenangabe (immer mit Seitenangabe) erfolgt bei jedem Gedanken bzw. jeder Feststellung, quasi "vor Ort", d.h. unmittelbar bzw. sofort.
- Ist ein fremder Gedanke modifiziert übernommen worden, so wird dies bei der Quellenangabe mit dem Kürzel "vgl." zum Ausdruck gebracht (ansonsten wird das Kürzel „vgl.“ nicht verwendet).
- Am Ende der Arbeit ist die gesamte zitierte Literatur alphabetisch geordnet im sog. "Literaturverzeichnis" zusammengestellt. Unterverzeichnisse gibt es nicht. Erlaubt ist lediglich ein separates Verzeichnis der Online-Quellen und ein separates Verzeichnis der geführten Gespräche.

3. Die formalen Anforderungen an den Text

Nach dem Deckblatt kommt das Inhaltsverzeichnis als Gliederung mit Seitenangaben. Die Gliederungspunkte (Dezimalsystem) kommen auch im Text vor. Auf jeder Gliederungsebene werden mindestens zwei Gliederungspunkte oder gar keine abgehandelt.

Format, Zeilenabstand und Rand werden bei Diplomarbeiten vom Wirtschaftswissenschaftlichen Prüfungsamt vorgegeben. Für die Hausarbeiten gilt: links

6 cm Rand, rechts, oben und unten 2 cm Rand. Zeilenabstand: 1,5 zeilig; Schriftgröße 13 Punkte; der Zeichenabstand darf nicht reduziert werden (10er-Teilung)

Das Titelblatt bzw. das Deckblatt wird bei Diplomarbeiten vom Wirtschaftswissenschaftlichen Prüfungsamt vorgegeben. Das Deckblatt für Hausarbeiten liefert Informationen über die Veranstaltung, den Veranstalter, das Semester, das Thema der Haus- bzw. Abschlussarbeit, den Namen des Autors bzw. der Autorin, dessen bzw. deren Adresse, die Telefonnummer, die E-Mail-Adresse, das Studienfach und das Fachsemester. Diese Angaben erlauben es dem Betreuer bzw. der Betreuerin, neue Erkenntnisse unverzüglich mitzuteilen.

Korrekte Zitierweise ist ein absolutes Muss. Bei jeder Verwendung eines Gedankens und Befundes aus der Literatur gibt der Verfasser bzw. die Verfasserin deren Herkunft genau an! Das gilt auch dann, wenn ein Gedanke modifiziert oder nur in Teilen übernommen wird (hier kommt dann das Kürzel „vgl.“). Erbeten und international üblich sind Kurzzitate im Text: Autor(en) (bitte nur den Familiennamen), Jahreszahl und Seite – zum Beispiel: (Hax 1986 S.5)

Hat ein Verfasser mehrere Beiträge in einem bestimmten Jahr geschrieben, so kommen differenzierende Buchstaben hinter die Jahreszahl; Beispiele: (Hax 1986a S.5, 1986b S.8), (Heinritz et al. 1991a S.10). Bei drei oder mehr Autoren genügt im Text (und nur dort) die Angabe des ersten Autors mit dem Zusatz "et al.". Fehlt in den zitierten Quellen die Verfasserangabe, so steht an der Stelle des Autors das Kürzel "o. V." (es steht für ohne Verfasserangabe). Genaue Seitenangaben geben an, wo der Gedanke in der zitierten Quellen beginnt und wo er endet - z. B. S.5 oder S.5-8, und nicht S.5ff.!!

Wörtliche Zitate stehen in Anführungszeichen. Auslassungen werden dabei durch drei Punkte gekennzeichnet. Werden fremde Gedanken **modifiziert** übernommen, so steht vor der Quellenangabe das Kürzel "vgl.!" Ansonsten wird auf dieses Kürzel verzichtet! Nur dann macht der Hinweis „vgl.“ Sinn!

Sekundärzitate sind als solche kenntlich zu machen. Wenn ein Autor einen anderen Autor zitiert und dieser andere Autor als Originalquellen nicht zugänglich ist, muß ein Sekundärzitat kommen. Dabei besagt die erste Quelle, woher der Gedanke ursprünglich stammt, und die zweite Quelle dahinter gibt an, nach welchem Autor der ursprüngliche, aber nicht zugängliche Gedanke gefunden wurde. Ein Beispiel: (Klix 1980 S.6, zitiert nach Hax 1986 S.4). In diesem Beispiel ist Klix die Originalquellen, und Hax die Fundstelle. Beide Quellen müssen im Literaturverzeichnis erscheinen!

Beim Zitieren von Gesprächen wird der Name des Gesprächspartners angegeben, die Firma und das Gesprächsdatum, z. B. (Faltis, Apple Computer GmbH, 1.3.1993). Bei der Bezugnahme auf Besichtigungen wird die Firma, ggf. auch die Abteilung und

wiederum das genaue Datum angeben; z. B. (IBM, Forschungszentrum Heidelberg, 2.3.1993)

Tabellen, Übersichten, Schaubilder und Abbildungen sind durchnummerieren und oben mit Überschriften sowie unten mit genauen Quellenangaben zu versehen. Bei eigenen Darstellungen bedarf es keiner Quellenangabe.

Auch Anhänge sind unerwünscht. Wenn vorher mit dem Betreuer vereinbart, kann die Arbeit mit einem Anhang versehen werden. Aber nur dann, wenn eine solche Vereinbarung getroffen wurde.

4. Die Anforderungen an das Literaturverzeichnis

Das Literaturverzeichnis am Ende der Arbeit enthält eine alphabetische Anordnung aller zitierten Quellen, die genauestens und vollständig wiedergegeben sind, damit dem Leser eine Besorgung der Quelle bzw. Überprüfung der Zitate ermöglicht und erleichtert wird. Bei Büchern wird der Verlag, bei grauer Literatur die anzusprechende Institution (ggf. auch die zuständige Abteilung) angegeben. Bei jedem Autor muss der erste Vorname vollständig genannt werden, weitere Vornamen können abgekürzt werden.

Beispiele für Monographien

Gutenberg, Erich (1983). Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Die Produktion, 24. Aufl., Berlin-Heidelberg-New York etc.: Springer

Thorelli, Hans B., Becker, Helmut & Engledow, Jack (1975). The Information Seeker. An International Study of Consumer Information and Advertising Image, Cambridge, Mass.: Ballinger

- Die Angabe von Untertiteln ist erwünscht.
- Bei der Angabe der zitierten Auflage sind zusätzliche Hinweise wie z. B. "erweiterte Aufl." nicht erforderlich.
- Werden vier oder mehr Verlagsorte angegeben, geben Sie bitte die drei zuerst genannten Orte an und ersetzen Sie die übrigen Orte durch das Kürzel "etc."

Beispiel für Sammelwerksbeiträge

Lingenfelder, Michael (2001). Die Identifikation und Bearbeitung von Online-Käufersegmenten – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, in: Fritz, Wolfgang (Hg.). Internet-Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 373-398

Beispiele für Zeitschriftenbeiträge

Stevenson, Howard H. (1976). Defining Strengths and Weaknesses, in: Sloan Management Review, Vol. 17 (1976), No 3, pp.51-68

Wildemann, Horst (1986). Einführungsstrategien für neue Produktionstechnologien, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 56. Jg. (1986), Heft 3, S. 337-369

Jahr, Jahrgangsnummer & Heft-Nummer sind immer anzugeben. Fehlt eine Angabe der Jahrgangszahl bzw. der Jahrgangsnummer, dann erscheint der Hinweis "o. J." an dieser Stelle; er steht für "ohne Jahrgangszahl" oder "ohne Jahrgang".

Beispiel für Beiträge in Zeitungen

Weishaupt, Günter. (1986). Der Nahrungsmittel-Riese lässt nicht in allen Märkten seine Muskeln spielen, in: Handelsblatt Nr. 148 vom 6.8.1986, S. 16

Beispiel für graue Literatur

Abel, Bernhard. (1987). Internationales Verlagsmarketing, Hamburg: Gruner & Jahr (eine Broschüre des Fachbereichs Anzeigen)

Beispiele für Gespräche und Besichtigungen

Faltis, Michael (1993). Persönliches Gespräch mit Herrn Michael Faltis, Apple Computer GmbH, Geschäftsbereich Forschung und Lehre, Hamburg, am 1.3.1993

IBM (1993). Besichtigung des Multimedia-PCs XYZ im IBM-Forschungszentrum Heidelberg (erläutert von Herrn Dr. Rainer Angstmann) am 2.3.1993

Das Verzeichnis der Gespräche und/oder Besichtigungen erscheint im Anschluss an das Literaturverzeichnis.

Beispiele für Online-Quellen

Mustermann, Hans (1996). Kapitel 1. Regularien im Internet. Online im Internet, URL: <http://www.mustermann.net/personal/k1.html> (Stand 01.01.1996), 6 Seiten. Print-

Version: Mustermann, H. (1995): Regularien im Internet. Strukturen eines computer-vermittelten Kommunikationsmediums, Berlin-Heidelberg-New York etc.: Springer

Musterfrau, Erika (1997). Werbliche Kommunikationsformen im Internet, URL: ftp://ftp.mustermann.net/pub/docs/m_e.zip (Stand 02.01.1997), 7 Seiten

5. Abgabe von Quellenmaterial

Eine endgültige Beurteilung der Arbeit erfolgt erst nach einer Überprüfung der Quellenangaben. Schwer zugängliche Materialien sowie Ausdrucke bzw. Auszüge der zitierten Online-Quellen stellt der/die Verfasser/in dem Lehrstuhl zum Zeitpunkt der Einreichung der Arbeit zur Verfügung.

6. Anforderungen an die Präsentation bzw. an das Referieren

Hausarbeiten müssen in aller Regel referiert werden. Dabei ist die genaue Zeitdauer zu vereinbaren oder die einheitliche Vorgaben zu beachten.

Die Power-Point-Folien sind professionell zu gestalten und vor dem Vortrag als Online-Version beim Betreuer bzw. bei der Betreuerin rechtzeitig abzugeben.

Die Teilnote für den Vortrag ergibt sich erstens aus dem Inhalt des Vorgetragenen, zweitens aus der Gestaltung der Folien, drittens aus der Art und Weise des Präsentierens (Reden, Schauen, Stehen,...) und viertens aus dem Antwortverhalten bei der sich anschließenden Diskussion.

Die Gewichtung der Note für die Hausarbeit und der Note für den Vortrag wird in jeder Veranstaltung gesondert festgelegt und spätestens vor dem Vortrag kommuniziert.