

## **Der Prüfungsausschuss**

# **Hinweise für die Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten**

**Stand: 01.10.2019**

## Inhaltsverzeichnis

1	Die Bachelorarbeit / Masterthesis.....	1
2	Äußere Gestaltung der wissenschaftlichen Arbeit.....	1
3	Gliederung.....	2
4	Abkürzungsverzeichnis.....	4
5	Text.....	4
6	Anhang.....	4
7	Zitierweise und Quellenangaben.....	5
7.1	Fußnoten-Technik.....	7
7.1.1	Vollbeleg-Technik.....	9
7.1.2	Kurzbeleg-Technik.....	13
7.2	Harvard-Technik.....	16
8	Abbildungen und Tabellen.....	19
9	Quellenverzeichnis.....	21
10	Eigenhändig unterschriebene Versicherung.....	24
11	Datenträger.....	24

### Anhang

Gestaltung des Titelblatts.....	25
Muster einer Gliederung.....	27
Muster eines Abkürzungsverzeichnisses.....	28
Muster eines Abbildungsverzeichnisses.....	29
Muster für ein dokumentiertes Experteninterview.....	30
Beispiel für ein Quellenverzeichnis (Kurzbelegtechnik mit Jahreszahl / Harvard-Technik).....	31
Beispiel (Vollbelegtechnik):.....	32
Beispiele für Zitate.....	33
Beispiel für eine Abbildung im Text.....	36
Beispiel für ein Inhaltsverzeichnis der CD.....	37

## 1 Die Bachelorarbeit / Masterthesis

Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass die Kandidatin/der Kandidat befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet des gewählten Studiengangs nach wissenschaftlichen Methoden selbstständig zu bearbeiten.<sup>1</sup>

Bei der Anfertigung einer Bachelorarbeit sind die **Standards wissenschaftlichen Arbeits** zu befolgen (z. B. Gliederung, korrekte Aufführung der verwendeten Quellen, korrekte Wiedergabe von Quellen in Form von Zitaten etc.).

Der Bearbeitungszeitraum für die Bachelorarbeit beträgt i.d.R. 3 Monate, der für die Masterthesis beträgt 4 Monate. Die für die jeweiligen Studiengänge gültigen Bearbeitungszeiträume sind der jeweils gültigen Prüfungsordnung zu entnehmen. Für die bestandene Arbeit werden 12 bzw. 15 Kreditpunkte (16 Kreditpunkte im MBM) angerechnet.

## 2 Äußere Gestaltung der wissenschaftlichen Arbeit

Einband:	DIN A4, gebunden (keine Spiralbindung!), Farbe: beliebig.
Anzahl der Ausfertigungen:	Es müssen 3 vollständige Exemplare abgegeben werden.
Papierformat:	DIN A4, einseitig beschrieben.
Schriftart/Schriftgröße:	Times New Roman, Schriftgröße 12, für Kapitelüberschriften maximal Schriftgröße 14 <b>oder</b> Arial, Schriftgröße 11 für Kapitelüberschriften maximal Schriftgröße 12
Randbreite	Auf der linken Seite des Blattes ist ein Rand von 5 cm freizuhalten, auf der rechten Seite ein Rand von 2 cm. Die obere und die untere Randbreite sollte ca. 2 cm betragen.
Zeilenabstand:	Grundsätzlich 1 1/2-zeilig. Längere wörtliche Zitate im Text sollten einzeilig geschrieben werden.
Schema für die formale Ordnung:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Leeres Vorblatt</li><li>- Titelblatt (s. Anlage 1)</li><li>- ggf. Sperrvermerk (s. Anlage 2)</li><li>- Inhaltsverzeichnis (s. Anlage 3)</li><li>- Abkürzungsverzeichnis (s. Anlage 4)</li><li>- Abbildungsverzeichnis (s. Anlage 5)</li><li>- Tabellenverzeichnis</li><li>- Text</li><li>- Evtl. Anhang</li><li>- Quellenverzeichnis (s. Anlage 7/8)</li><li>- Unterschriebene Versicherung</li><li>- Leeres Schlussblatt</li><li>- eingeklebter Datenträger (s. S. 20)</li></ul>
Umfang:	Ist den jeweils gültigen Prüfungsordnungen zu entnehmen.

### 3 Gliederung

Die Gliederung soll zeigen, wie die gestellte Aufgabe inhaltlich strukturiert und bearbeitet wurde. Sie muss deshalb die Entwicklung des Themas und den Aufbau der Arbeit nachvollziehbar darstellen. Die für die einzelnen Kapitel verwendeten Überschriften müssen den Inhalt der entsprechenden Kapitel zutreffend bezeichnen. Sie müssen im Text in vollem Wortlaut wiederholt werden. Die Seite im Text, auf der ein Kapitel beginnt, ist im Inhaltsverzeichnis anzugeben (s. Anlage 3).

Die Gliederungslogik verlangt, dass jede hierarchische Gliederungsstufe mindestens aus zwei Teilen besteht, d. h. wenn der Punkt 1.1 vorhanden ist, muss mindestens der Punkt 1.2 folgen.

Für die Bezeichnung der Gliederungspunkte, d. h. für die formale Klassifikation der Kapitel gibt es keine festen Regeln. Klassifikationsmöglichkeiten sind:

#### (a) Numerische Klassifikation (nach dem Linienprinzip):

1  
1.1  
1.1.1  
1.1.2  
1.1.3  
1.2  
1.2.1  
1.2.2  
1.2.2.1  
1.2.2.2  
2  
2.1  
2.2  
3  
usw.

(b) Numerische Klassifikation (nach dem Abstufungsprinzip):

- 1
  - 1.1
    - 1.1.1
    - 1.1.2
    - 1.1.3
  - 1.2
    - 1.2.1
    - 1.2.2
      - 1.2.2.1
      - 1.2.2.2
- 2
  - 2.1
  - 2.2
- 3
- usw.

(c) Alpha-nummerische Klassifikation (nach dem Linienprinzip):

- A.
  - I.
    - 1.
      - a)
      - aa)
      - ab)
    - b)
  - 2.
  - 3.
- II.
  - 1.
  - 2.
- B.
- usw.

(d) Alpha-nummerische Klassifikation (nach dem Abstufungsprinzip):

- A.
  - I.
    - 1.
      - a)
        - aa)
        - ab)
      - b)
    - 2.
    - 3.
  - II.
    - 1.
    - 2.
- B.
- usw.

Für die Erstellung der Gliederung wird die numerische Gliederungssystematik (nach dem Linien- oder Abstufungsprinzip) empfohlen!

#### **4 Abkürzungsverzeichnis**

In der Gliederung sind Abkürzungen möglichst zu vermeiden. Bei Zitaten, die sich auf bestimmte Gesetze oder Gerichte beziehen, können diese abgekürzt werden (Beispiel: Vgl. § 2 Abs. 2 EStG; vgl. BFH, Urt. vom ...). Zulässig sind ebenso gebräuchliche Abkürzungen wie: usw., etc., z. B., u. a.

Im laufenden Text sind Abkürzungen von Fachbegriffen spärlich zu verwenden. In Quellenangaben (im Fußnotenteil und im Quellenverzeichnis) können allgemein übliche Abkürzungen (z. B. Jg. = Jahrgang, Bd. = Band, H. = Heft, Z = Zeitschrift, J = Journal etc.) verwendet werden. Sie sind dann in einem dem eigentlichen Text vorangestellten Abkürzungsverzeichnis, alphabetisch geordnet, zu erläutern (s. Anlage 4).

#### **5 Text**

Der Text muss stilistisch einwandfrei formuliert sein. Zu vermeiden ist ein journalistischer Sprachstil, ebenso der Ich- oder Wir-Stil. Die Regeln der deutschen Rechtschreibung und Zeichensetzung sind zu beachten.

#### **6 Anhang**

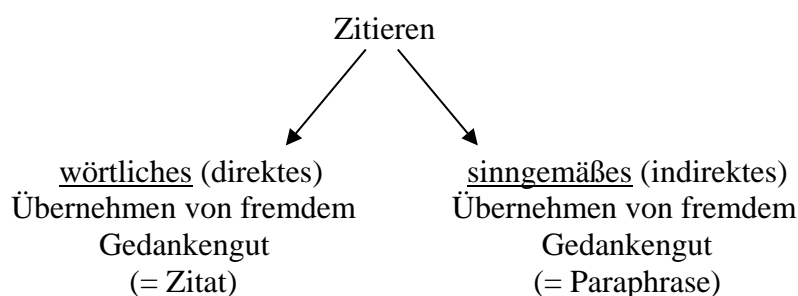
Anlagen sind der Arbeit beizufügen, wenn sie zum tieferen Verständnis der Arbeit beitragen und aus formalen oder sachlichen Gründen nicht in Form von Text, Abbildungen oder Tabellen im Textteil untergebracht werden können. Auf jeden Bestandteil des Anhangs muss im Text an entsprechender Stelle verwiesen werden. Der Anhang ist hinter dem Text anzuordnen.

## 7 Zitierweise und Quellenangaben

Im Folgenden werden verschiedene Zitiertechniken erläutert, dies sind die Fußnoten-Technik (in den Ausprägungen Vollbeleg-Technik und Kurzbeleg-Technik) sowie die Harvard-Technik. In wissenschaftlichen Arbeiten darf jeweils nur eine dieser Techniken angewendet werden.

Eine wissenschaftliche Arbeit – und dazu zählt auch die Hausarbeit / Bachelorarbeit / Masterthesis – ist vor allem durch das Zitieren von Quellen (Literatur und anderen Quellen) gekennzeichnet.

- Grundsätzlich gilt: Die Verwendung von fremdem geistigen Eigentum ist durch genaue Quellenangaben kenntlich zu machen.
- Jedes fremde Gedankengut, das in eine Bachelorarbeit einfließt, muss nachprüfbar sein.
- Zitieren bedeutet, dass ein fremder Text (aber auch Abbildungen, Tabellen, Formeln etc.) wörtlich oder nicht-wörtlich (d. h. sinngemäß, also am Inhalt angelehnt) übernommen wird.



Einwandfreies Zitieren ist Ausdruck wissenschaftlicher Redlichkeit. Wörtlich (direkt) oder sinngemäß (indirekt) übernommene Gedanken sind durch Quellenangaben als solche kenntlich zu machen.

### Was ist zitierfähig?

Zitierfähig sind alle Materialien (Literatur und andere Quellen), die in irgendeiner Form veröffentlicht worden sind. Damit ist sichergestellt, dass sie auch überprüft werden können. Nicht zitierfähig sind z. B. Publikumszeitschriften und vergleichbare Quellen, Internetquellen ohne wissenschaftlichen Anspruch, Haus-/Diplom-/Bachelor-/Masterarbeiten und Vorlesungsskripte und -mitschriften.

Nicht zitiert werden müssen Allgemeinwissen, Grundlagenwissen der wissenschaftlichen Disziplin, dem die Bachelorarbeit zugeordnet ist, einschlägige Fachausdrücke und bekannte mathematische Formeln.

### Hinweise zum Zitieren:

- Beim wörtlichen Zitieren ist der übernommene Text durch Anführungszeichen am Textanfang und am Textende zu kennzeichnen („...“). Dem direkten Zitat folgt in Abhängigkeit vom gewählten Zitationsstil die Quellenangabe. Für die Fußnoten-Techniken endet das direkte Zitat mit einer (hochgestellten) Fußnotenziffer (Beispiel: „TextText-Text.“<sup>1</sup>), die auf die aufgeführte Quelle im Fußnotenteil verweist.
- Soweit das wörtliche Zitat einen oder mehrere vollständige Sätze umfasst, gehört der abschließende Punkt zum Zitat und gehört vor das abschließende Anführungszeichen. Beispiel: „Alles, was die Konsumenten als einen Markenartikel bezeichnen, ist tatsächlich ein solcher.“<sup>1</sup>

- Bezieht sich das wörtliche Zitat dagegen auf ein oder mehrere Wörter, die einen Satz abschließen, so schließt das Anführungszeichen das direkte Zitat ab; der Punkt gehört zum Text. Die Fußnotenziffer stellt das letzte Zeichen vor dem Beginn eines neuen Satzes dar.

Beispiel: Meffert definiert Marke als ein „in der Psyche des Konsumenten fest verankertes, unverwechselbares Vorstellungsbild von einem Produkt oder einer Dienstleistung“.<sup>1</sup>

Bei Verwendung der Harvard-Technik folgt die Quellenangabe dem Anführungszeichen, der Punkt schließt den Satz nach der abschließenden Klammer ab.

- Wenn das wörtliche Zitat mitten im Satz verwendet wird, wird es wie folgt gekennzeichnet:

Beispiel: Damit ist der Konsument derjenige, der entscheidet, „was als Marke zu gelten hat und was nicht“<sup>2</sup>, so dass die Reaktion des Verbrauchers zwingend berücksichtigt werden muss.

Beispiel: Dieser Ansatz stellt eine Abkehr von der „Kasuistik der Merkmalskataloge“<sup>3</sup> dar und bildet somit inhaltlich einen deutlichen Gegenpol.

Bei Verwendung der Harvard-Technik folgt die Quellenangabe dem Anführungszeichen weitere Satzzeichen (z.B. Komma, Semikolon) oder Worte folgen der abschließenden Klammer.

- Direkte Zitate müssen originalgetreu wiedergegeben werden. Direkte Zitate sollten nur dann verwendet werden, wenn sie für die Darlegung eines Sachverhalts besonders wichtig sind.
- Auslassungen in einem wörtlichen Zitat werden durch Punkte in Klammern gekennzeichnet. Beispiel: (..) bedeutet, dass ein Wort aus dem Originaltext im Zitat weggelassen wurde. (...) bedeutet, dass mehrere Worte/Sätze weggelassen wurden.
- Eigene Hervorhebungen im wörtlichen Zitat werden durch den entsprechenden Zusatz in eckigen Klammern angezeigt.
- Bei Zitaten ist immer die Primär- bzw. Originalquelle heranzuziehen. Wenn diese nicht beschaffbar ist, dann kann ausnahmsweise ein sog. Sekundärzitat („Zitat aus zweiter Hand“) verwendet werden.
- Kürzere wörtliche Zitate werden in den laufenden Text integriert. Längere wörtliche Zitate, d. h. mehrere Sätze umfassende wörtliche Zitate, sollten – beginnend mit einer neuen Zeile – im Text durch einzeilige Schreibweise hervorgehoben werden. Der einzeilige Text kann zudem durch Einrückung hervorgehoben werden.
- Beim nicht-wörtlichen, indirekten Zitieren wird das übernommene Gedankengut nicht durch Anführungszeichen gekennzeichnet. Am Ende des indirekten Zitats steht eine entsprechende Fußnotenziffer (Beispiel: TextTextText.<sup>2</sup>), die auf die Quelle im Fußnotenteil verweist bzw. bei Verwendung der Harvard-Technik die Quellenangabe in Klammern.
- Werden Listen oder Aufzählungen sinngemäß zitiert, so folgt die Fußnotenziffer unmittelbar auf den die Liste/Aufzählung ankündigenden Doppelpunkt.
- Kapitelüberschriften erhalten in aller Regel keine Fußnotenziffer.



## Sonderfälle beim Zitieren

### - Sekundärzitat

Bei Sekundärzitation („Zitat aus zweiter Hand“) wird nicht unmittelbar auf die Originalquelle (Erstquelle) Bezug genommen, sondern auf eine sekundäre Quelle (Zweitquelle), in der der zu zitierende Originalwortlaut aufgeführt ist. Von Sekundärzitation sollte nur in Ausnahmefällen Gebrauch gemacht werden.

Im Quellenverzeichnis sind sowohl Originalquelle als auch Zweitquelle vollständig aufzuführen.

### - Zitat im Zitat

In einem wörtlichen Zitat wird ein anderes wörtliches Zitat, das der angeführte Verfasser seinerseits zitiert hat, in einfache Anführungsstriche gesetzt ('...').

Weitere Beispiele für wörtliche Zitate sind in Anlage 9 aufgeführt:

## **7.1 Fußnoten-Technik**

Das übernommene fremde Gedankengut ist durch entsprechende Quellenangaben in den Fußnoten als solches zu kennzeichnen.

- Fußnoten sind vom Textteil durch einen Strich (Fußnotenstrich) abzugrenzen. Sie beginnen mit einer (hochgestellten) Fußnotenziffer, d. h. die Fußnotenziffer aus dem laufenden Text wird im Fußnotenteil wiederholt. Fußnotenziffern werden fortlaufend oder je Seite nummeriert. Eine Fußnote besteht somit aus einer Fußnotenziffer und dem Fußnotentext.
- Der Fußnotentext wird in einzeiligem Abstand in Schriftgröße 10 geschrieben.
- In den Fußnoten werden die zitierten Quellen aufgeführt. Darüber hinaus können hier sachliche Anmerkungen bzw. Kommentare zu einer zitierten Quelle, aber auch Ergänzungen zu bestimmten Aussagen im Text aufgenommen werden (s. nachfolgendes Beispiel).
- Sollen in der Fußnote zu einem Zitat weitere ergänzende, ähnliche, konträre etc. Quellennachweise angefügt werden, so bleibt es bei einer Fußnotenziffer im Text. In der Fußnote ist nach der Zitatquelle mit einem Semikolon und „vgl.“ oder „s.“, „ebenso“, „anders aber“, „dagegen“ etc. fortzufahren. Anstelle des Semikolons kann auch ein Punkt gesetzt werden (s. nachfolgendes Beispiel).

### Beispiel für Fußnoten:

<sup>1</sup> Keller (1998), S. 93; vgl. hierzu auch Adjouri (1993), S. 224. Obgleich der Imagebegriff bereits sehr lange in der Marketingwissenschaft und -praxis verwendet wird, so findet sich doch keine einheitliche terminologische Festlegung. So definiert Keller Image beispielsweise als „perceptions about a brand as reflected by the brand associations held in consumers memory“ (1993, S. 3). Dichtl spricht dagegen von einer „spezifischen Mischung von Einstellungen, Meinungen, Werthaltungen und Assoziationen, die sich in einem Image verbindet“ (1992, S. 19).

<sup>2</sup> Vgl. Meffert (2002), S. 10.

<sup>3</sup> Eine Marke kann somit bei verschiedenen Konsumenten ein abweichendes Image haben.

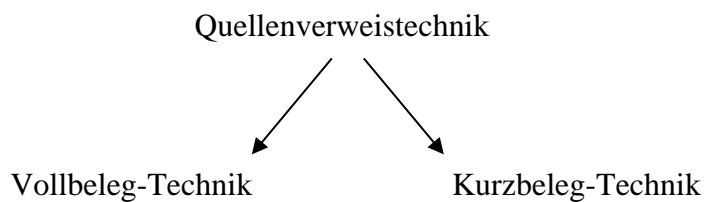
<sup>4</sup> Böcker (1986), S. 543. S. hierzu auch Steinmann (2002), S. 60.

<sup>5</sup> Wasser (2007), S. 5; zu konstruktivistischen Erkenntnistheorien vgl. vor allem Reich (2001).

Wie werden die Quellenangaben in den Fußnoten vorgenommen?

- Für sinngemäße (indirekte) Zitate beginnen die Quellenangaben mit einem „Vgl.“ (vergleiche)
- Für wörtliche (direkte) Zitate beginnen die Quellenangaben ohne „Vgl.“-Zusatz.

Es gibt verschiedene Techniken, in den Fußnoten auf Quellen zu verweisen:



Vollbeleg- und Kurzbeleg-Technik zählen zu den „klassischen“ Quellenverweistechniken. Eine „moderne“ Technik ist die sog. „Harvard-Technik“ (s. hierzu weiter unten).

Es wird empfohlen, diese Fußnoten-Technik (klassische/traditionelle Technik) zu verwenden. Die Fußnoten im Rahmen dieser Technik bieten den Vorteil, dass dort neben den Quellenangaben auch weitere Informationen aufgeführt werden können, die nicht unmittelbar in den laufenden Text gehören.

### **7.1.1 Vollbeleg-Technik**

Bei dieser Technik muss jede im Text zitierte Quelle bei ihrer erstmaligen Erwähnung (auf der jeweiligen Seite) in einer Fußnote mit allen bibliographischen Daten einschl. Seitenangabe aufgeführt werden (s. nachfolgende Beispiele).

#### **Beispiel 1:**

<sup>1</sup> Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung. Prozess, Methoden und Probleme, 5. Aufl., Stuttgart 2016, S. 8.

<sup>2</sup> Vgl. Coenberg, A.G. u.a.: Empirische Bilanzforschung in Deutschland, in: DBW, 38. Jg., 1978, H. 6, S. 495 f.

<sup>3</sup> Vgl. Ballwieser, W.: a.a.O., S. 10 ff.

<sup>4</sup> Vgl. Coenberg, A.G. u.a.: a.a.O., S. 500 - 504.

#### **Beispiel 2 (u. a. sind hier vom Autor Ballwieser zwei Veröffentlichungen angegeben):**

<sup>1</sup> Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung. Prozess, Methoden und Probleme, 5. Aufl., Stuttgart 2016, S. 8.

<sup>2</sup> Vgl. Coenberg, A.G. u.a.: Empirische Bilanzforschung in Deutschland, in: DBW, 38. Jg., 1978, H. 6, S. 495 f.

<sup>3</sup> Vgl. Ballwieser, W.: IFRS-Rechnungslegung. Konzept, Regeln und Wirkungen, 3. Aufl., München 2013, S. 31.

<sup>4</sup> Vgl. Ballwieser, W.: a.a.O. (Unternehmensbewertung), S. 10 ff.

<sup>5</sup> Vgl. Coenberg, A.G. u.a.: a.a.O., S. 500 - 504.

<sup>6</sup> Ballwieser, W.: a.a.O. (IFRS-Rechnungslegung), S. 31.

<sup>7</sup> Vgl. Geise, W./Westhofen, R.: Subjektive Theorien von Konsumenten über impulsives Kaufverhalten, Aachen 2006, S. 80.

<sup>8</sup> Geise, W.: Kaufentscheidung und Konsumentenverwirrtheit, in: Seeber, G. (Hrsg.): Forschungsfelder der Wirtschaftsdidaktik, Schwalbach/Ts. 2009, S. 228.

<sup>9</sup> o.V.: Ohne Marketing in der Sackgasse, in: Lebensmittel Praxis, 40. Jg., 2010, H. 25, S. 2.

#### **Hinweise zu den Fußnoten:**

- Alle Fußnoten schließen mit einem Punkt!
- Bis zu drei Autorennamen aufführen. Stammt eine Veröffentlichung von mehr als drei Autoren, so wird nur der erste Autor aufgeführt und die anderen Autoren mit „u. a.“ (s. Fußnote 2). Statt „u. a.“ kann auch „et al.“ verwendet werden. (Achtung: Im Quellenverzeichnis sind alle Autoren aufzuführen!)
- Wenn zwei oder drei Autoren aufgeführt werden, so werden die einzelnen Autorennamen durch einen Schrägstrich abgetrennt. Anstelle des Schrägstrichs kann alternativ ein Semikolon verwendet werden.
- Anstelle des Doppelpunkts hinter dem/den Autorennamen kann alternativ ein Komma gesetzt werden.
- Wenn auf eine Veröffentlichung ohne erkennbaren Autor verwiesen wird, dann wird der fehlende Autor mit „o.V.“ (ohne Verfasser) angegeben.

- Die Referenzkennzeichnung „ebd.“ steht für „ebenda“ und wird verwendet, wenn aus einer Quelle mehrfach unmittelbar aufeinanderfolgend zitiert wird. Sie darf nur auf derselben Seite mit dem ausführlichen Beleg angewendet werden (eine seitenübergreifende Anwendung ist nicht zulässig). Dabei wird nach der Fußnotenziffer nur das Wort Ebd. (bei einem wörtlichen Zitat) oder die Worte Vgl. ebd. gesetzt. Sollte von einer anderen Seite als im ausführlichen Beleg angegeben zitiert werden, so ist die gültige Seitenzahl durch ein Komma zu ergänzen.
- Die Referenzkennzeichnung „a.a.O.“ steht für „am angegebenen/am aufgeführten Ort“ und wird verwendet, wenn aus einer Quelle mehrfach zitiert wird. Anders als bei der Referenzkennzeichnung „ebd.“ wird nicht unmittelbar aufeinanderfolgend aus einer Quelle zitiert. Allerdings gilt auch hier, dass die Referenzkennzeichnung nur auf derselben Seite mit dem ausführlichen Beleg angewendet werden darf. Dabei folgt der Fußnotenziffer der Nachname des Autors, der abgekürzte Vorname, (bei mehreren Publikationen eines Autors ein Stichwort aus dem Titel), die Referenzkennzeichnung und die Seitenangabe.
- Anstelle von „(Hrsg.)“ kann alternativ „(Hg.)“ verwendet werden.
- Bei den Seitenangaben steht „495 f.“ für „495 folgend“ und meint zwei Seiten, d. h. die Seiten 495 und 496. Die Seitenangabe „10 ff.“ steht für „10 folgende“ und meint drei Seiten, d. h. die Seiten 10, 11 und 12.

Nachfolgend werden die erforderlichen Angaben, die im Rahmen der Vollbeleg-Technik **in der Fußnote** gemacht werden müssen, nach Quellenart getrennt aufgelistet. Die einzelnen Angaben werden dabei i.d.R. durch Kommata voneinander getrennt – die Trennzeichen sind den jeweiligen Beispielen zu entnehmen.

(a) Bei selbstständigen Schriften (Monographien):

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel der Veröffentlichung
- eventuell Auflage (nur 2. oder höhere Auflage angeben)
- Erscheinungsort und Erscheinungsjahr
- Seite (mitunter auch Spalte, wenn die Veröffentlichung in Spaltenformat veröffentlicht wurde; abgekürzt „Sp.“)

Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung. Prozess, Methoden und Probleme, 5. Aufl., Stuttgart 2016, S. 8.

(b) Bei selbstständigen Schriften im Rahmen einer Schriftenreihe

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel der Veröffentlichung
- Titel der Schriftenreihe und Bandnummer in Klammern
- eventuell Auflage (nur 2. oder höhere Auflage angeben)
- Erscheinungsort und Erscheinungsjahr
- Seite (mitunter auch Spalte, wenn die Veröffentlichung in Spaltenformat veröffentlicht wurde; abgekürzt „Sp.“)

### Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. Sauter, U.: Entscheidungsverhalten im Controlling: Intuition als wichtige Komponente professioneller Expertise (Schriftenreihe Innovative Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis), Hamburg 2015, S. 51.

### (c) Bei Dissertationen und Habilitationsschriften:

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel der Dissertation bzw. Habilitationsschrift
- Diss. bzw. Habil.-Schr.
- Universität
- Erscheinungsort (Universitätsort) und Erscheinungsjahr
- Seite

### Beispiel:

<sup>5</sup> Vgl. Redwitz, von, F.: Die Identität der Arbeitgebermarke – Eine explorative Studie zur Entwicklung eines Modells der Arbeitgebermarke, Diss., Technische Universität Chemnitz, Chemnitz 2016, S. 17.

<sup>6</sup> Vgl. Battenfeld, D.: Delegation oder Zentralisation von Entscheidungskompetenzen – dargestellt am Beispiel der Preissetzungskompetenz, Habil.-Schr., Fernuniversität Hagen, Hagen 2005, S. 5.

### (d) Bei Zeitschriftenaufsätzen:

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel des Aufsatzes
- in: Titel der Zeitschrift (alternativ: In: Titel der Zeitschrift)
- Jahrgang (Jg.) bzw. Band (Bd.)
- Erscheinungsjahr
- Heft (H.) bzw. Nr.
- Seite

### Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. Moritz, J./ Strohm, J.: Besteuerung von Investitionen in virtuellen Währungen bei privaten Anlegern, in: DB, 2018, H. 50, S. 35.

<sup>2</sup> Vgl. Zwirner, C.: Referentenentwurf zum ARUG II. Umsetzung der neuen Aktionärsrechterichtlinien. In: DB, 2018, H. 50, S. 3007.

### (e) Bei Beiträgen in Sammelwerken:

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel des Beitrags
- in: Name des/der Herausgebers mit Zusatz „(Hrsg.)“
- Titel des Sammelwerks
- eventuell Auflage
- Erscheinungsort und Erscheinungsjahr
- Seite

### Beispiel:

<sup>7</sup> Vgl. Geise, W.: Kaufentscheidung und Konsumentenverwirrtheit, in: Seeber, G. (Hrsg.): Forschungsfelder der Wirtschaftsdidaktik, Schwalbach/Ts. 2009, S. 228.

<sup>8</sup> Vgl. Faust, P.: Tools und Techniken in der Logistik. In: Hartel, H. (Hrsg.): Projektmanagement in der Logistik. Praxisleitfaden mit Beispielen aus Industrie, Handel und Dienstleistung, Wiesbaden 2015, S. 95 ff.

<sup>9</sup> Vgl. Padberg, G.: Understanding shoppers' complex decisions, in: Stahlberg, M./Maila, V. (Hrsg.): Shopper Marketing. How to increase purchase decisions at the point of sale, London et al. 2015, S. 50f.

#### (f) Bei Verwendung von Rechtsprechung

- Das die Entscheidung fällende Gericht (abgekürzt)
- Entscheidungsart (z. B. Beschluss oder Urteil)
- Datum
- Aktenzeichen
- Fundstelle
- Seite

#### Beispiel:

<sup>1</sup> BFH, Urt. v. 13.11.2013, I R 45/12, BStBl. II 2014, S. 486.

<sup>2</sup> Vgl. BFH, Beschl. v. 13.11.2013, I R 45/12, BStBl. II 2014, S. 486.

#### (g) Bei Dokumenten aus dem Internet

- Name des Verfassers [dies kann auch eine Organisation/Institution (z.B. Unternehmen, Ministerium, Institut) sein]
- Vorname (abgekürzt)
- Titel des Dokuments
- http-Adresse
- Datum, an dem auf diese Quelle im Internet zugegriffen bzw. diese heruntergeladen wurde (zulässige Ergänzungen: „Zugriff am“, „zuletzt gesehen am“)

#### Beispiel:

<sup>4</sup> Vgl. Steven, L./Telleen, D.: Understanding Intranets, [http://www.ip.com/html\\_docs/info/iorg1.html](http://www.ip.com/html_docs/info/iorg1.html), Zugriff am 6.6.2007.

<sup>5</sup> Vgl. o.V.: Markenallianz, [http://www.markenlexikon.com/glossar\\_m.html](http://www.markenlexikon.com/glossar_m.html), Zugriff am 26.10.2018.

<sup>6</sup> Vgl. Lülfs, F./Spiller, A.: Kunden(un)zufriedenheit mit der Schulverpflegung. Diskussionsbeitrag Nr. 606 des Department für Agrarökonomie der Universität Göttingen, Göttingen 2006, <http://www.uni-goettingen.de/87059.html#F>, Zugriff am 20.10.2010.

<sup>7</sup> Vgl. Deutsche Bank: Quartalsbericht 2/2013, [https://www.db.com/ir/de/content/ir\\_informationen\\_2013\\_4322.htm](https://www.db.com/ir/de/content/ir_informationen_2013_4322.htm), Zugriff am: 22.08.2013.

#### (h) Bei PDF-Dokumenten aus dem Internet

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel des Dokuments
- Erscheinungsjahr (sofern angegeben)
- Seite (sofern angegeben)
- http-Adresse
- Datum, an dem auf diese Quelle im Internet zugegriffen bzw. diese heruntergeladen wurde

#### Beispiel:

<sup>4</sup> Vgl. Prieß, A.; Schubert, C.: Geschäftsprozeßmodellierung und -implementierung am Beispiel SAP R/3, 2007, S. 22, [http://www.iwi.uni-hannover.de/cms/index.php?option=com\\_content&task=view-&id=24](http://www.iwi.uni-hannover.de/cms/index.php?option=com_content&task=view-&id=24), Zugriff am 17.01.2013.

#### (i) Bei E-Books

- Name des Verfassers
- Vorname (abgekürzt)
- Titel des E-Books
- E-Book Typ
- Erscheinungsort und Erscheinungsjahr
- Seite (nur bei PDF-Versionen) ansonsten: Rz oder Kapitel und Absatz

#### Beispiel:

<sup>6</sup> Vgl. Pettifor, A.: Die Produktion des Geldes, Amazon Kindle Paperwhite IPX8, Hamburg 2018, Kapitel 5 Absatz 3.

#### (j) Bei Experteninterviews (Muster s. Anlage 6)

- Name der/des interviewten Expertin/Experten
- Vorname (abgekürzt)
- Thema des Interviews
- Datum, an dem das Interview durchgeführt wurde

#### Beispiel:

<sup>4</sup> Vgl. Müller, F.: Experteninterview zum Thema Elektromobilität, 13.01.2014.

Die Angaben werden im Quellenverzeichnis überwiegend wiederholt. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Abschnitt „**9 Quellenverzeichnis**“.

### **7.1.2 Kurzbeleg-Technik**

Bei dieser Technik werden die einzelnen Quellenangaben sehr platzsparend geschrieben. Eine Referenzangabe (Veröffentlichungsjahr oder ein Stichwort aus dem Titel) ersetzt hierbei einen Großteil der bibliographischen Quellenangaben. Innerhalb einer wissenschaftlichen Arbeit wird entweder das Veröffentlichungsjahr oder ein Stichwort aus dem Titel als Referenzangabe durchgehend verwendet.

Nachfolgend werden die erforderlichen Angaben, die im Rahmen der Kurzbeleg-Technik in der Fußnote gemacht werden müssen, nach Quellenart getrennt aufgelistet. Die einzelnen Angaben werden dabei i.d.R. durch Kommata voneinander getrennt – die Trennzeichen sind den jeweiligen Beispielen zu entnehmen.

#### (a) Bei selbstständigen Schriften (Monographien):

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite (mitunter auch Spalte, wenn die Veröffentlichung in Spaltenformat veröffentlicht wurde; abgekürzt „Sp.“)

#### Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. Ballwieser (2016), S. 8.

oder: <sup>1</sup> Vgl. Ballwieser, W. (2016), S. 8.

<sup>1</sup> Vgl. Ballwieser 2016, S. 8.

<sup>1</sup> Vgl. Ballwieser, 2016, S. 8.

<sup>1</sup> Vgl. Ballwieser (Unternehmensbewertung), S. 8.

oder: <sup>1</sup> Vgl. Ballwieser, W. (Unternehmensbewertung), S. 8.

(b) Bei selbstständigen Schriften im Rahmen einer Schriftenreihe

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite (mitunter auch Spalte, wenn die Veröffentlichung in Spaltenformat veröffentlicht wurde; abgekürzt „Sp.“)

Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. Luft (2019), S. 30.

oder: <sup>1</sup> Vgl. Luft, S. (2019), S. 30.

<sup>1</sup> Vgl. Luft 2019, S. 30.

<sup>1</sup> Vgl. Luft, 2019, S. 30.

<sup>1</sup> Vgl. Luft (Makroökonomie), S. 30.

oder: <sup>1</sup> Vgl. Luft, S. (Makroökonomie), S. 30.

(c) Bei Dissertationen und Habilitationen:

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite

Beispiel:

<sup>5</sup> Vgl. Ruwisch (2018), S. 15.

oder: <sup>5</sup> Vgl. Ruwsich, A. (2018), S. 15.

<sup>5</sup> Vgl. Ruwisch 2018, S. 15.

<sup>5</sup> Vgl. Ruwisch, 2018, S. 15.

<sup>5</sup> Vgl. Ruwisch (Basel III), S. 15.

oder: <sup>5</sup> Vgl. Ruwisch, A. (Basel III), S. 15.

(d) Bei Zeitschriftenaufsätzen:

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite

Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. Buckhardt/Kluge (2018), S. 175.  
175.

oder: <sup>1</sup> Vgl. Buckhardt, F./Kluge, J. (2018), S.

<sup>1</sup> Vgl. Buckhardt/Kluge 2018, S. 175.

<sup>2</sup> Vgl. Buckhardt/Kluge, 2018, S. 175.

<sup>2</sup> Vgl. Buckhardt/Kluge (Staat und Wirtschaft), S. 175.

oder: <sup>2</sup> Vgl. Buckhardt, F./Kluge, J. (Staat und Wirtschaft), S.175.

(e) Bei Beiträgen in Sammelwerken:

- Name des Verfassers (des Beitrags)
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite

Beispiel:

<sup>7</sup> Vgl. Götz (2018), S. 147.

oder: <sup>7</sup> Vgl. Götz, R. (2018), S. 147.

<sup>8</sup> Vgl. Götz 2018, S. 47.

<sup>8</sup> Vgl. Götz, 2018, S. 47



<sup>9</sup> Vgl. Jessberger (Risikomanagement), S. 6 ff. oder: <sup>9</sup> Vgl. Jessberger, P. (Risikomanagement), S. 6 ff.

#### (f) Bei Verwendung von Rechtsprechung

- Das die Entscheidung fällende Gericht (abgekürzt)
- Jahr der Entscheidung
- Seite

#### Beispiel:

<sup>1</sup> Vgl. BFH (2019), S. 8.

<sup>1</sup> Vgl. BFH 2019, S. 8.

<sup>2</sup> Vgl. BFH, 2019, S. 8.

#### (g) Bei Dokumenten aus dem Internet

- Name des Verfassers [dies kann auch eine Organisation/Institution (z.B. Unternehmen, Ministerium, Institut) sein]
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung (!) **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite (sofern angegeben)

#### Beispiel:

<sup>7</sup> Vgl. Steven/Telleen (2005). oder: <sup>7</sup> Vgl. Steven, L./Telleen, D. (2005).

<sup>8</sup> Vgl. Deutsche Bank 2013.

<sup>9</sup> Vgl. Lülfs/Spiller, 2006.

<sup>10</sup> Vgl. o.V. (Markenallianz).

#### (h) Bei PDF-Dokumenten aus dem Internet

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite (sofern angegeben)

#### Beispiel:

<sup>4</sup> Vgl. Prieß/Spörer (2015), S. 22. oder: <sup>4</sup> Vgl. Prieß, A./Spörer, S. (2015), S. 22.

<sup>4</sup> Vgl. Prieß/Spörer 2015, S. 22.

<sup>4</sup> Vgl. Prieß/Spörer, 2015, S. 22.

<sup>4</sup> Vgl. Prieß/Spörer (Projektmanagement), S. 22.

oder: <sup>4</sup> Vgl. Prieß, A./Spörer, S. (Projektmanagement), S. 22.

#### (i) Bei E-Books

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung **oder** Stichwort aus dem Titel
- Seite (nur bei PDF-Versionen) ansonsten: Rz oder Kapitel und Absatz

#### Beispiel:

<sup>6</sup> Vgl. Pettifor (2018), Kap. 5 Abs. 3. oder: <sup>6</sup> Vgl. Pettifor, A. (2018), Kap. 5 Abs. 3.

<sup>6</sup> Vgl. Pettifor 2015, Kap. 5 Abs. 3.

<sup>6</sup> Vgl. Pettifor, 2015, Kap. 5 Abs. 3.

<sup>6</sup> Vgl. Pettifor (Die Produktion des Geldes), Kap. 5 Abs. 3.

oder: <sup>6</sup> Vgl. Pettifor, A. (Die Produktion des Geldes),  
Kap. 5 Abs. 3.

#### (j) Bei Experteninterviews (Muster s. Anlage 6)

- Name der/des interviewten Expertin/Experten
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Durchführung des Interviews **oder** Stichwort aus dem Thema des Interviews

#### Beispiel:

<sup>4</sup> Vgl. Müller (2014).

oder: <sup>4</sup> Vgl. Müller, F. (2014).

<sup>4</sup> Vgl. Müller 2014.

<sup>4</sup> Vgl. Müller, 2014.

<sup>4</sup> Vgl. Müller (Elektromobilität).

oder: <sup>4</sup> Vgl. Müller, F. (Elektromobilität).

Im Quellenverzeichnis werden die Angaben um weitere Informationen ergänzt. Eine detaillierte Beschreibung findet sich im Abschnitt „**9 Quellenverzeichnis**“.

## 7.2 Harvard-Technik

Bei dieser Technik werden die Quellenangaben nicht mehr in Fußnoten angegeben. Die einzelnen Fußnoten werden gewissermaßen in den laufenden Text integriert, d. h. nach einer wörtlich oder sinngemäß zitierten Textpassage erfolgen in Klammern die Nennung des Autors (bzw. des Herausgebers), des Erscheinungsjahres sowie die Seitenangabe (s. hierzu das Beispiel im Kasten).

Beispiel bei wörtlichem (direktem) Zitat: (Kießling, 2017, S. 14) alternativ:  
(Kießling 2017, S. 14)

Beispiel bei sinngemäßigem (indirektem) Zitat: (vgl. Kießling, 2017, S. 14)

Sollen mehrere Arbeiten desselben Autors mit demselben Erscheinungsjahr zitiert werden, so erfolgt zur Unterscheidung eine Kennzeichnung hinter der Jahresangabe durch a, b, c usw.

Beispiel bei wörtlichem (direkten) Zitat: (Kießling, 2017a, S. 14)  
(Kießling, 2017b, S. 48)

Beispiel:

Zu ergänzen ist der theoretische Bezugsrahmen noch um personen- und situationsspezifische Moderatorvariablen, die auf Verwirrtheitsauslöser und Reduktionsstrategien einwirken können (vgl. Grunder, 2006, S. 66). Von einem mehrdimensionalen Bezugsrahmen geht auch Walsh (vgl. 2002) aus. Er versteht unter Verwirrtheit eine durch externe Stimuli ausgelöste „Störung der Informationsverarbeitung von Konsumenten temporärer Natur“ (Walsh, 2002, S. 46), die zu suboptimalen Kaufentscheidungen führen kann. Eine wahrgenommene Überforderung in einer Kaufentscheidungssituation kann zu Stress, Frustration, Unsicherheit und Orientierungslosigkeit führen. Hierunter leidet die Entscheidungsqualität (vgl. Locken/Ross/Hinkle, 1986, S. 195 f.; s. hierzu auch Mitchell/Papavassiliou, 1999, S. 96).

Sind mehrere Autoren anzugeben, findet die auf Seite 9 angegebene Regelung (bei mehr als drei Autoren wird der erste Autor genannt, dann folgt „et al.“ oder „u. a.“ – im Quellenverzeichnis werden alle Autoren aufgeführt) entsprechend Anwendung.

Nachfolgend werden die erforderlichen Angaben, die im Rahmen der Harvard-Technik im Text gemacht werden müssen, nach Quellenart getrennt aufgelistet. Die einzelnen Angaben werden dabei i.d.R. durch Kommata voneinander getrennt – die Trennzeichen sind den jeweiligen Beispielen zu entnehmen.

(a) Bei selbstständigen Schriften (Monographien):

- Name des Verfassers
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite (mitunter auch Spalte, wenn die Veröffentlichung in Spaltenformat veröffentlicht wurde; abgekürzt „Sp.“)

Beispiel:

TextTextText (vgl. Ballwieser, 2016, S. 8) TextText.

(b) Bei selbstständigen Schriften im Rahmen einer Schriftenreihe

- Name des Verfassers
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite (mitunter auch Spalte, wenn die Veröffentlichung in Spaltenformat veröffentlicht wurde; abgekürzt „Sp.“)

Beispiel:

TextTextText (vgl. Luft, 2019, S. 30) TextText.

(c) Bei Dissertationen und Habilitationsschriften:

- Name des Verfassers
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite

Beispiel:

TextTextText (vgl. Ruwisch, 2018, S. 15) TextText.

(d) Bei Zeitschriftenaufsätzen:

- Name des Verfassers
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite

Beispiel:

TextTextText (vgl. Burckhardt/Kluge, 2018, S. 175) TextText.

(e) Bei Beiträgen in Sammelwerken:

- Name des Verfassers (des Beitrags)
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite

Beispiel:

TextTextText (vgl. Götz, 2018, S. 147) TextText.

(f) Bei Verwendung von Rechtsprechung

- Das die Entscheidung fällende Gericht (abgekürzt)
- Jahr der Entscheidung
- Seite

Beispiel:

TextTextText (vgl. BFH, 2019, S. 8) TextText.

(g) Bei Dokumenten aus dem Internet

- Name des Verfassers [dies kann auch eine Organisation/Institution (z.B. Unternehmen, Ministerium, Institut) sein]
- Jahr der Veröffentlichung (!)

Beispiel:

TextTextText (vgl. Steven/Telleen, 2005) TextText.

(h) Bei PDF-Dokumenten aus dem Internet

- Name des Verfassers
- ggf. Vorname (abgekürzt)
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite (sofern angegeben)

Beispiel:

TextTextText (vgl. Prieß/Spörer, 2015, S. 22) TextText.

(i) Bei E-Books

- Name des Verfassers
- Jahr der Veröffentlichung
- Seite (nur bei PDF-Versionen) ansonsten: Rz oder Kapitel und Absatz

Beispiel:

TextTextText (vgl. Pettifor, 2018, Kap. 5 Abs. 3) TextText.

(j) Bei Experteninterviews (Muster s. Anlage 6)

- Name der/des interviewten Expertin/Experten
- Jahr der Durchführung des Interviews

Beispiel:

TextTextText (vgl. Müller, 2014) TextText.

Eine zweite oder spätere Auflage wird lediglich im Quellenverzeichnis angegeben.

Beispiel: (vgl. Crisand/Crisand 2007, S. 61)

Wird eine Quelle ohne Autor zitiert, wird als Verfasser o.V. angegeben.

Beispiel: (vgl. o.V., 2013, S. 23)

Ein Beitrag aus einem Sammelband wird mit dem Autor des Beitrags angegeben.

Beispiel: (vgl. Geise 2009, S. 229)

Werden Dokumente aus dem Internet ohne Datumsangabe zitiert, wird die Angabe „o. J.“ (ohne Jahr) verwendet.

Beispiel: (vgl. Hawkins, o. J.)

## **8 Abbildungen und Tabellen**

Abbildungen und Tabellen sind immer mit einer Bezeichnung zu versehen und zu nummerieren; darüber hinaus ist die jeweilige Quelle anzugeben.

Wird eine Abbildung oder Tabelle 1:1 übernommen, so gilt sie als wörtliches Zitat (s. Beispiele zur Angabe von Quellen bei Abbildungen). Wird eine Abbildung oder Tabelle nur teilweise oder modifiziert übernommen, so ist sie als sinngemäßes Zitat zu behandeln (s. Beispiel zur Angabe von Quellen bei Tabellen). Erstellt die Autorin/der Autor der Arbeit eine Abbildung oder Tabelle selbst, so kann als Quellenangabe der Zusatz „eigene Darstellung“ verwendet werden. Alternativ kann bei einer selbst erstellten/eigenen Abbildung auf die Angabe „eigene Darstellung“ verzichtet werden.

Die Angabe der Quelle kann in der Voll- oder Kurzbelegtechnik entweder über eine Fußnote oder im Anschluss an die Bezeichnung angegeben werden.

Beispiele für Abbildungen:

Angabe über eine Fußnote:

Abb. 7: Order-to-Deliver Prozess Einzelhandelskette 1– Verteiler<sup>1</sup>

Fußnote in der Vollbeleg-Technik:

<sup>1</sup> Gronwald, K.-D.: Integrierte Business-Informationssysteme. ERP, SCM, CRM, BI, Big Data Analytics – Prozesssimulation, Rollenspiel, Serious Gaming, 2. Aufl., Berlin/Heidelberg 2017, S. 13.

Fußnote in Kurzbeleg-Technik:

<sup>1</sup> Gronwald (2017), S. 13.

Angabe direkt nach der Bezeichnung in der Vollbeleg-Technik:

Abb. 7: Order-to-Deliver Prozess Einzelhandelskette 1– Verteiler; Quelle: Gronwald, K.-D.: Integrierte Business-Informationssysteme. ERP, SCM, CRM, BI, Big Data Analytics – Prozesssimulation, Rollenspiel, Serious Gaming, 2. Aufl., Berlin/Heidelberg 2017, S. 13.

Angabe direkt nach der Bezeichnung in der Kurzbeleg-Technik:

Abb. 7: Order-to-Deliver Prozess Einzelhandelskette 1– Verteiler; Quelle: Gronwald (2017), S. 13.

Bei Verwendung der Harvard-Technik:

Abb. 7: Order-to-Deliver Prozess Einzelhandelskette 1– Verteiler; Quelle: Gronwald, 2017, S. 13.

Beispiele für Tabellen:

Angabe über eine Fußnote:

Tab. 8: Vergleich zwischen ACID und BASE<sup>1</sup>

Fußnote in der Vollbeleg-Technik:

<sup>1</sup> Vgl. Meier, A.: Werkzeuge der digitalen Wirtschaft: Big Data, NoSQL & Co. Eine Einführung in relationale und nicht-relationale Datenbanken, Wiesbaden 2018, S. 35.

Fußnote in Kurzbeleg-Technik:

<sup>1</sup> Vgl. Meier (2018), S. 35.

Angabe direkt nach der Bezeichnung in der Vollbeleg-Technik:

Tab. 8: Vergleich zwischen ACID und BASE; Quelle: in Anlehnung an: Meier, A.: Werkzeuge der digitalen Wirtschaft: Big Data, NoSQL & Co. Eine Einführung in relationale und nicht-relationale Datenbanken, Wiesbaden 2018, S. 35.

Angabe direkt nach der Bezeichnung in der Kurzbeleg-Technik:

Tab. 8: Vergleich zwischen ACID und BASE; Quelle: in Anlehnung an: Meier (2018), S. 35.

Bei Verwendung der Harvard-Technik:

Tab. 8: Vergleich zwischen ACID und BASE; Quelle: Meier, 2018, S. 35.

Wichtig ist, dass im Text auf die jeweilige Abbildung bzw. die jeweilige Tabelle hingewiesen wird. So wird sichergestellt, dass der Leser genau weiß, zu welcher Aussage bzw. zu welchen Aussagen eine Abbildung/Tabelle gehört (s. Anlage 10).

Beispiel 1: TextTextText (s. Abb. 8).

Beispiel 2: TextText (vgl. Tab. 7), TextText.

## 9 Quellenverzeichnis

Im Quellenverzeichnis sind sämtliche in der Arbeit verwendeten Quellen, die entweder im Text selbst oder in Fußnoten genannt sind, in alphabetischer Reihenfolge nach Verfassern anzugeben (s. Anlage 7/8). Abhängig von der gewählten Quellverweistchnik haben die einzelnen Quellenangaben einen geringfügigen unterschiedlichen Aufbau.

Die Quellenangaben enden mit einem Punkt.

### **Quellenverzeichnis bei Verwendung der Vollbeleg-Technik (s. Anhang 8):**

Die Angaben aus den Fußnoten werden wiederholt. Dabei ist zu beachten, dass hier sofern „u.a.“ verwendet wurden, nun alle Autoren aufzuführen sind. Bei Beiträgen aus Sammelwerken oder Zeitschriftenaufsätzen ist der volle Seitenumfang des Beitrags/Aufsatzes anzugeben, bei Monographien, Dissertationen und Habilitationsschriften entfällt die Angabe der Seitenzahl.

#### (a) Bei selbstständigen Schriften (Monographien) – ohne Seitenangabe:

Beispiel:

Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung. Prozess, Methoden und Probleme, 5. Aufl., Stuttgart 2016.

#### (b) Bei selbstständigen Schriften im Rahmen einer Schriftenreihe – ohne Seitenangabe:

Beispiel:

Sauter, U.: Entscheidungsverhalten im Controlling: Intuition als wichtige Komponente professioneller Expertise (Schriftenreihe Innovative Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis), Hamburg 2015.

#### (c) Bei Dissertationen und Habilitationsschriften - ohne Seitenangabe:

Beispiel:

Battenfeld, D.: Delegation oder Zentralisation von Entscheidungskompetenzen – dargestellt am Beispiel der Preissetzungskompetenz, Habil.-Schr., Fernuniversität Hagen, Hagen 2005.

#### (d) Bei Zeitschriftenaufsätzen – unter Angabe des Umfangs:

Beispiel:

Moritz, J./Strohm, J.: Besteuerung von Investitionen in virtuellen Währungen bei privaten Anlegern, in: DB, 2018, H. 50, S. 31-42.

#### (e) Bei Beiträgen in Sammelwerken – unter Angabe des Umfangs:

Beispiel:

Faust, P.: Tools und Techniken in der Logistik. In: Hartel, H. (Hrsg.): Projektmanagement in der Logistik. Praxisleitfaden mit Beispielen aus Industrie, Handel und Dienstleistung, Wiesbaden 2015, S. 93-124.

#### (f) Bei Verwendung von Rechtsprechung – ohne Seitenangabe:

Beispiel:

BFH, Urt. v. 13.11.2013, I R 45/12, BStBl. II 2014.

(g) Bei Dokumenten aus dem Internet - unverändert

Beispiel:

Steven, L./Telleen, D.: Understanding Intranets, [http://www.ip.com/html\\_docs/info/iorg1.html](http://www.ip.com/html_docs/info/iorg1.html), Zugriff am 6.6.2007.

(h) Bei PDF-Dokumenten aus dem Internet – ohne Seitenangaben (sofern angegeben)

Beispiel:

Prieß, A.; Schubert, C.: Geschäftsprozeßmodellierung und -implementierung am Beispiel SAP R/3, 2007, S. 22, [http://www.iwi.uni-hannover.de/cms/index.php?option=com\\_content&task=view&id=24](http://www.iwi.uni-hannover.de/cms/index.php?option=com_content&task=view&id=24), Zugriff am 17.01.2013.

(i) Bei E-Books – ohne Seiten bzw. Kapitel- und Absatzangaben

Beispiel:

Pettifor, A.: Die Produktion des Geldes, Amazon Kindle Paperwhite IPX8, Hamburg 2018.

(j) Bei Experteninterviews – unverändert:

Beispiel:

Müller, F.: Experteninterview zum Thema Elektromobilität, 13.01.2014.

**Quellenverzeichnis bei Verwendung der Kurzbeleg-Technik, sowie der Harvard-Technik (s. Anhang 7):**

Die Quellenangaben bei Verwendung der Kurzbeleg- oder Harvard-Technik unterscheiden sich nur dahingehend, dass bei der Kurzbeleg-Technik statt der Angabe des Erscheinungsjahrs auch ein Schlagwort aus dem Titel verwendet werden darf. Sofern diese Alternative gewählt wurde, ist das Schlagwort statt des Erscheinungsjahrs in Klammern anzugeben.

(a) Bei selbstständigen Schriften (Monographien):

Beispiel:

Ballwieser, W. (2016): Unternehmensbewertung. Prozess, Methoden und Probleme, 5. Aufl., Stuttgart 2016.

(b) Bei selbstständigen Schriften im Rahmen einer Schriftenreihe:

Beispiel:

Sauter, U. (2015): Entscheidungsverhalten im Controlling: Intuition als wichtige Komponente professioneller Expertise (Schriftenreihe Innovative Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis), Hamburg 2015.

(c) Bei Dissertationen und Habilitationsschriften:

Beispiel:

Battenfeld, D. (2050): Delegation oder Zentralisation von Entscheidungskompetenzen – dargestellt am Beispiel der Preissetzungskompetenz, Habil.-Schr., Fernuniversität Hagen, Hagen 2005.

(d) Bei Zeitschriftenaufsätzen – unter Angabe des Umfangs:

Beispiel:

Moritz, J./Strohm, J. (2018): Besteuerung von Investitionen in virtuellen Währungen bei privaten Anlegern, in: DB, 2018, H. 50, S. 31-42.



(e) Bei Beiträgen in Sammelwerken – unter Angabe des Umfangs:

Beispiel:

Faust, P. (2015): Tools und Techniken in der Logistik. In: Hartel, H. (Hrsg.): Projektmanagement in der Logistik. Praxisleitfaden mit Beispielen aus Industrie, Handel und Dienstleistung, Wiesbaden 2015, S. 93-124.

(f) Bei Verwendung von Rechtsprechung:

Beispiel:

BFH (2014) Urt. v. 13.11.2013, I R 45/12, BStBl. II 2014.

(g) Bei Dokumenten aus dem Internet – mit Angabe des Zugriffsdatums:

Beispiel:

Steven, L./Telleen, D.(2006): Understanding Intranets, [http://www.ip.com/html\\_docs/-info/iorg1.html](http://www.ip.com/html_docs/-info/iorg1.html), Zugriff am 6.6.2007.

(h) Bei PDF-Dokumenten aus dem Internet – mit Angabe des Zugriffsdatums:

Beispiel:

Prieß, A.; Schubert, C. (2007): Geschäftsprozeßmodellierung und -implementierung am Beispiel SAP R/3, 2007, S. 22, [http://www.iwi.uni-hannover.de/cms/index.php?option=com\\_content&task=view&id=24](http://www.iwi.uni-hannover.de/cms/index.php?option=com_content&task=view&id=24), Zugriff am 17.01.2013.

(i) Bei E-Books:

Beispiel:

Pettifor, A.(2018): Die Produktion des Geldes, Amazon Kindle Paperwhite IPX8, Hamburg 2018.

(j) Bei Experteninterviews – unverändert:

Beispiel:

Müller, F. (2014): Experteninterview zum Thema Elektromobilität, 13.01.2014.

## 10 Eigenhändig unterschriebene Versicherung

Die Bachelorarbeit schließt mit folgender Versicherung:

Ich versichere, dass ich die vorstehende Arbeit selbstständig angefertigt und mich fremder Hilfe nicht bedient habe.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Quellen entnommen sind, habe ich als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen.

Ort, Datum

Unterschrift

## 11 Datenträger

Laut Prüfungsordnung ist ein Datenträger Bestandteil der gebundenen Bachelorarbeit. Auf diesem Datenträger ist die gesamte Arbeit einschließlich eventueller Internetquellen dokumentiert. Dabei muss der Stand der Internetquellen zum Zeitpunkt/Datum des Zitats dokumentiert werden. Die Speicherung erfolgt als komplette Webseite oder als PDF-Dokument. Sinnvoll erscheint die Speicherung in separaten Ordnern, die den Namen des Verfassers der jeweiligen Quelle führen.

Geeignete Datenträger sind eine CD-ROM oder ein USB-Stick. Allerdings darf der Stick folgende Abmessungen nicht überschreiten: 11 x 8 x 0,3 cm (Scheckkartenformat).

Jedes der drei beim Prüfungsamt abzugebenden Exemplare der Arbeit enthält auf der Innenseite des hinteren Einbands eine Papiertasche mit dem Datenträger

Der Datenträger enthält:

- Inhaltsverzeichnis des Datenträgers als PDF- oder txt-Dokument (Auflistung der auf der CD vorhandenen PDF-Dateien und Internetquellen)
- Die Bachelorarbeit /Masterthesis als PDF-Dokument mit ausführbaren Links
- Alle in der Arbeit zitierten Internetquellen (Speicherung als komplette Webseite oder als PDF-Dokument)

## Gestaltung des Titelblatts

**Thema der Arbeit**

**Bachelorarbeit / Masterthesis**

vorgelegt von

Vorname Nachname  
aus Wohnort des Verfassers

geboren am: ...  
Matrikel-Nr.: ...

Hochschule Niederrhein  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Studiengang ...

Sommersemester ...

1. Prüfer: Titel Akademischer Grad Name
2. Prüfer: Titel Akademischer Grad Name

## Sperrvermerk

Werden in einer Bachelor-/Masterarbeit unternehmensinterne Daten verwendet und wünscht das betroffene Unternehmen eine Geheimhaltung, **so ist dies mit dem Prüfer/der Prüferin abzustimmen** und anschließend in der Arbeit einer der folgenden Sperrvermerke aufzunehmen:

Die vorgelegte Bachelor-/Masterarbeit mit dem Titel „Titel“ beinhaltet vertrauliche Informationen und Daten des Unternehmens (Namen des Unternehmens).

Diese Bachelorarbeit darf nur vom Erst- und Zweitgutachter sowie berechtigten Mitgliedern des Prüfungsausschusses eingesehen werden. Eine Vervielfältigung und Veröffentlichung der Bachelorarbeit ist auch auszugsweise nicht erlaubt.

Dritten darf diese Arbeit nur mit der ausdrücklichen Genehmigung des Unternehmens und des Verfassers zugänglich gemacht werden.

This bachelor/master thesis contains confidential data of company (name).

This work may only be made available to the first and second reviewers and authorized members of the board of examiners. Any publication and duplication of this bachelor/master thesis - even in part - is prohibited.

An inspection of this work by third parties requires the expressed permission of company (name) and the author.

## Muster einer Gliederung

### Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	II
Abbildungsverzeichnis .....	III
Tabellenverzeichnis .....	IV
1 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit .....	1
2 Der Begriff der „Marke“ und ihre Bedeutung für Unternehmen.....	3
2.1 Definition des Markenbegriffs .....	3
2.2 Bedeutung der Marke für das Unternehmen .....	6
3 Definition und Abgrenzung der Luxusmarke .....	11
3.1 Der Begriff „Luxus“ .....	11
3.2 Luxusmarke und Luxusprodukt.....	12
4 Der Luxusmarkenmarkt .....	19
4.1 Marktentwicklung und Marktsegmentierung .....	19
4.2 Motive für den Kauf von Luxusmarken .....	23
4.2.1 Soziale Anerkennung .....	23
4.2.2 Soziale Legitimation .....	25
5 Aufgaben des Luxusmarkenmanagements .....	27
5.1 Ziele des Markenmanagements für Luxusmarken .....	27
5.2 Strategien für Luxusmarken .....	29
5.3 Marketing-Instrumente für Luxusmarken .....	34
5.3.1 Produktpolitik.....	34
5.3.2 Preispolitik .....	35
5.3.3 Kommunikationspolitik.....	36
5.3.4 Distributionspolitik .....	39
6 Der Auftritt von Luxusmarken im Internet .....	41
6.1 Online Marketing für Luxusmarken.....	41
6.2 Verhalten von luxusaffinen Verbrauchern im Internet.....	45
6.3 Trends für Luxusmarken im Internet.....	47
7 Praxisbeispiel: Analyse der Luxusuhrenwebsite „Rolex“ .....	51
7.1 Der Luxusuhrenmarkt.....	51
7.2 Management der Luxusuhrenwebsite.....	53
8 Zusammenfassung und Ausblick .....	54
Anhang .....	62
Quellenverzeichnis .....	65

## Muster eines Abkürzungsverzeichnisses

### Abkürzungsverzeichnis

a.a.O.	am angeführten/angegebenen Ort
AO	Abgabenordnung
Aufl.	Auflage
Bd.	Band
BFH	Bundesfinanzhof
BFuP	Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis
Diss.	Dissertation
Dok.	Dokument
DStR	Deutsches Steuerrecht
EFG	Entscheidungen der Finanzgerichte
EStG	Einkommensteuergesetz
f.	(die) folgende Seite
ff.	(die) folgenden Seiten
FGO	Finanzgerichtsordnung
Forts.	Fortsetzung
H.	Heft
Habil.-Schr.	Habilitationsschrift
hj.	halbjährlich
Hrsg.	Herausgeber
J	Journal
JoCR	Journal of Consumer Research
Jg.	Jahrgang
jhrl.	jährlich
mtl.	monatlich
MuA	Mensch und Arbeit
N.F.	Neue Folge
o.J.	ohne Jahresangabe
o.V.	ohne Verfasserangabe
vj.	vierteljährlich
Verf.	Verfasser
Verl.	Verlag
VersStG	Versicherungssteuergesetz
Z	Zeitschrift
ZfbF	Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

## Muster eines Abbildungsverzeichnisses

### Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Marktanteile der Automobilhersteller in 2014 .....	7
Abb. 2: Führerscheinbesitzer nach Alter (2014) .....	25
Abb. 3: Bevorzugte Sicherheitsfeatures .....	32
Abb. 4: Bevorzugte Sicherheitsfeatures nach Geschlecht (2014) .....	33
Abb. 5: Innovationszyklus .....	47

**Muster für ein dokumentiertes Experteninterview**

Anhang 1

**Experteninterview**

Angaben zum Experten: Müller, Friederike  
Funktion des Experten: seit 2010 Leiterin der Entwicklungsabteilung E-Mobility der Firma BMW  
Thema des Interviews: **Elektromobilität**  
Datum und Dauer des Interviews: 13.01.2014, 9:00 Uhr bis 10:30 Uhr

**Aufzeichnungen zum Interview**

Frage 1: Wie löst BMW die Frage der Stromspeicherung?

(Antwort der Expertin aufführen!)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Frage 2: Welche Möglichkeiten der Aufladung sehen Sie für das Modell i3 vor?

(Antwort der Expertin aufführen!)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Frage 3: Welche Strategien zur Weiterentwicklung der Elektromobilität verfolgt Ihr Unternehmen?

(Antwort der Expertin aufführen!)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

...  
Frage n:

(Antwort der Expertin aufführen!)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



**Beispiel für ein Quellenverzeichnis  
(Kurzbelegtechnik mit Jahreszahl / Harvard-Technik)**

Quellenverzeichnis

- Barowski, M./Müller, A. (2000): Online-Marketing, Berlin 2000.
- Bantleon, U./Becker, A. (2013): Risikomanagement und Frühwarnverfahren in Kreditinstituten: Aktuelle Anforderungen – Instrumente – Prüfung, 2. Aufl., Stuttgart 2013.
- Bauer, H.-H./Huber, F./Albrecht, C.-M. (2008): Erfolgsfaktoren der Markenführung: Know-how aus Forschung und Management, München 2008.
- Becker, J. (2006): Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 8. Aufl., München 2006.
- Bongartz, M. (2002): Marke und Markenführung im Kontext des Electronic Commerce, in: Meffert, H./Burmans, C./Koers, M. (Hrsg.): Markenmanagement. Grundlagen der identitätsorientierten Markenführung, Wiesbaden 2002, S. 327 - 351.
- Bungartz, O. (2017): Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS): Steuerung und Überwachung von Unternehmen, 5.Aufl., o.O 2017.
- Chevalier, M./Mazzalovo, G. (2008): Luxury Brand Management, Hoboken, N.J., 2008.
- Drissen, A.-M. (2006): Luxus. Konsumentenanalyse und Managementempfehlungen, Saarbrücken 2006.
- Dubois, B./Laurent, G./Czellar, S. (2001): Consumer Rapport to Luxury: Analyzing Complex and Ambivalent Attitudes, Working Paper 736 HEC, Jouy-en-Josas 2001.

Alternativ kann man die Quellen nach Büchern (Monographien), Dissertationen und Habilitationen, Aufsätzen und Beiträgen in Sammelwerken sowie Internetquellen gruppieren.

**Beispiel (Vollbelegtechnik):**

**Quellenverzeichnis**

I. Bücher

- Albers, S. : Handbuch Produktmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden 2007.  
 Hull, J.: Risikomanagement: Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen, 2. Aufl., München 2011.  
 Sauter, U.: Entscheidungsverhalten im Controlling, Hamburg 2015.

II. Dissertationen und Habilitationsschriften

- Gaab, W.: Zur Frage der Effizienz der Devisenmärkte und das Verhalten der Wechselkurse, Habil.-Schr., Universität Mannheim, Mannheim 1981.  
 Jütte-Rauhut, J.: Internationale Marktregulierungen als Risikofaktor bei Projektflächenfinanzierungen im Bergbau, Diss., RWTH Aachen, Aachen 1988.

III. Aufsätze und Beiträge

- Birkigt, K.: Corporate Identity, in: Meyer, D. (Hrsg.): Management Enzyklopädie, Bd. 2, 2. Aufl., München 1982, S. 543 - 555.  
 Fulda, E./Härter, M./Lenk, H.: Prognoseprobleme, in: Szyperski, N. (Hrsg.): Handwörterbuch der Planung, Stuttgart 1989, S. 1638 - 1646.  
 Moritz, J./Strohm, J.: Besteuerung von Investitionen in virtuellen Währungen bei privaten Kapitalanlegern, in: DB, 2018, H. 50, S. 3012 ff.  
 Zwirner, C.: Referentenentwurf zum ARUG II – Umsetzung der neuen Aktionärsretrichtlinien, in: DB, 2018, H. 50, S. 3007.

IV. Internetquellen

- Lülfs, F./Spiller, A.: Kunden(un)zufriedenheit mit der Schulverpflegung. Diskussionsbeitrag Nr. 606 des Department für Agrarökonomie der Universität Göttingen, Göttingen 2006, <http://www.uni-goettingen.de/87059.html#F>, 20.10.2010.  
 o.V.: Markenallianz, [http://www.markenlexikon.com/glossar\\_m.html](http://www.markenlexikon.com/glossar_m.html), 26.10.2010.

## Beispiele für Zitate

Originaltext von Meffert/Burmann:

Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.

Zitat 1 (vollständige Übernahme des Originaltextes):

„Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Zitat 2 (vollständige Übernahme des Originaltextes):

Meffert/Burmann weisen auf folgenden Sachverhalt hin: „Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Zitat 3 (teilweise Übernahme des Originaltextes):

Meffert/Burmann weisen auf folgenden Sachverhalt hin: „Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen (...).“<sup>1</sup>

Zitat 4 (Auslassung):

„Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (..) einer Marke lernen, er muss lernen, worin (...) die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Zitat 5 (Änderung, Auslassung und Umstellung):

Meffert/Burmann weisen darauf hin, dass „(d)er Verbraucher (..) das Nutzenversprechen (...) lernen (muss)“.<sup>1</sup>

Zitat 6 (Änderung, Auslassung und Umstellung):

Meffert/Burmann weisen darauf hin, dass „(d)er Verbraucher (..) das Nutzenversprechen (...) lernen“<sup>1</sup> muss und dass er erkennen soll, „worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt“.<sup>2</sup>

Originaltext von Meffert/Burmann:

Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.

Zitat 7 (Hervorhebung durch den Verfasser):

„Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden [Hervorhebung durch den Verf.] Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

oder

„Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu *konkurrierenden* [Hervorhebung, N.N.] Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Originaltext von Meffert/Burmann:

Der Verbraucher muss das Nutzenvorsprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.

Zitat 8 (Kenntlichmachung von Fehlern im Originaltext):

„Der Verbraucher muss das Nutzenvorsprechen [sic!] (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Originaltext von Meffert/Burmann:

Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.

Zitat 9 (keine Hervorhebung):

„Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden [im Original hervorgehoben, der Verf.] Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

oder

„Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden [Hervorhebung im Original, N.N.] Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Originaltext von Meffert/Burmann:

Der Verbraucher muss das Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.

Zitat 10 (Ergänzung):

„Der Verbraucher muss das (konkrete, N.N.) Nutzenversprechen (benefit) einer Marke lernen, er muss lernen, worin im Vergleich zu konkurrierenden [Hervorhebung durch N.N.] Produkten die bessere Leistung der Marke liegt.“<sup>1</sup>

Zitat 11 (ein Wort bzw. Wörter aus dem Originaltext):

Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang das „Nutzenversprechen“.<sup>1</sup>  
oder

Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang das „Nutzenversprechen (benefit)“<sup>1</sup>, auch wenn dieses nicht immer klar genug kommuniziert wird.

**Zitat im Zitat**

Im direkten Zitat werden wörtliche Zitate, die der angeführte Verfasser seinerseits zitiert hat, in einfache Anführungsstriche gesetzt ('...'), um sie als Zitat im Zitat zu kennzeichnen.

Originaltext (von den Autoren Kroeber-Riel und Meyer-Hentschel):

Von den vielen Bedingungen, die das Konsumentenverhalten beeinflussen, sind es insbesondere zwei Bedingungen, mit denen sich „die Konsumentenverhaltensforschung und die zur Zeit entstehende Psychologie der Macht sehr eingehend beschäftigt haben“.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Schmidt (1999), S. 6.

Eigener Text:

Nach Auffassung von Kroeber-Riel/Meyer-Hentschel sind es „insbesondere zwei Bedingungen, mit denen sich 'die Konsumentenverhaltensforschung und die zur Zeit entstehende Psychologie der Macht sehr eingehend beschäftigt haben“.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Kroeber-Riel/Meyer-Hentschel (2000), S. 5 (mit einem Zitat von Schmidt (1999), S. 6).

Hinweis: Im Quellenverzeichnis am Ende der Bachelorarbeit müssen sowohl Kroeber-Riel/Meyer-Hentschel als auch Schmidt aufgeführt werden.

**Hervorgehobene Wörter bzw. Wortfolgen im Zitat**

Originaltext (vom Autor Krüger):

Mit dem Begriff Konflikt wurden eher Schlagworte wie „Erziehung zum Konflikt“, „Systemveränderung“ oder gewaltsame Auseinandersetzung assoziiert.

Eigener Text:

Krüger weist darauf hin, dass in der Unternehmenspraxis früher „(m)it dem Begriff Konflikt eher Schlagworte wie 'Erziehung zum Konflikt', 'Systemveränderung' oder gewaltsame Auseinandersetzungen assoziiert“<sup>1</sup> wurden.

<sup>1</sup> Krüger (2008), S. 11.

### Beispiel für eine Abbildung im Text

Da Luxusgüter durch Erhöhung der Seltenheitswirkung an Wert bzw. Begehrlichkeit zunehmen, wird bei Luxusmarken grundsätzlich die Strategie der selektiven oder sogar exklusiven Distribution verfolgt. Damit das Markenimage der Luxusgüter nicht beschädigt wird, sollte ihre Distribution strategisch aufgeteilt werden. Es kommen hierbei vor allem drei Absatzkanäle in Frage, die sich bezüglich der Sortimentsbreite, der Verkaufsvolumina und der Zielgruppen unterscheiden (s. Abb. 7).

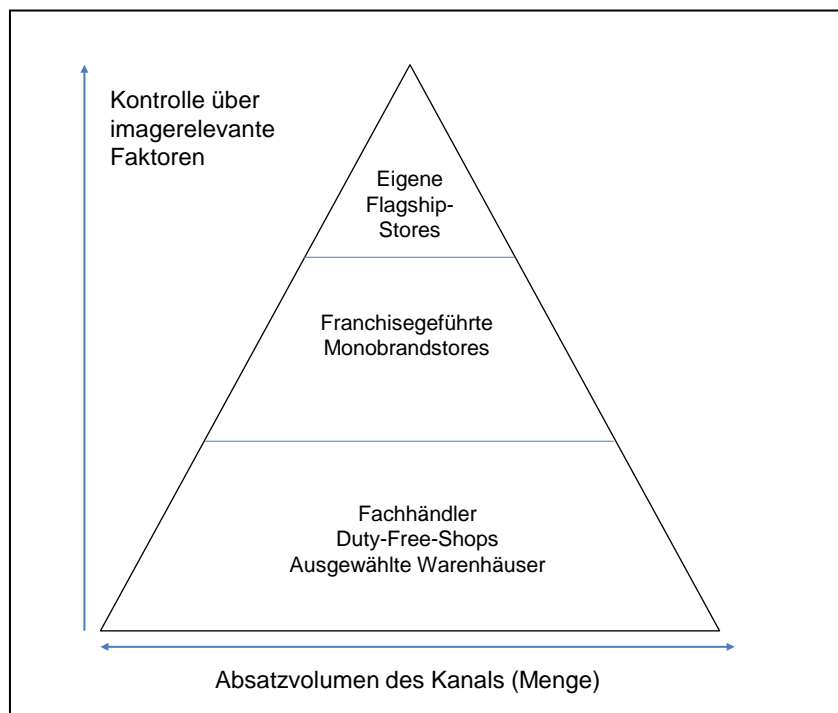


Abb. 7: Vertriebskanäle von Luxusmarken; Quelle: In Anlehnung an Meffert/Lasslop (2004), S. 942.

#### **Oder:**

Abb. 7: Vertriebskanäle von Luxusmarken<sup>3</sup>

#### **In den Fußnoten:**

<sup>3</sup> In Anlehnung an: Meffert, H.;Lasslop, I.: Luxusmarkenstrategie, in: Bruhn, M. (Hrsg.): Handbuch Markenführung: Kompendium zum erfolgreichen Markenmanagement; Strategien, Instrumente, Erfahrungen, Bd. 1, 2. Auflage, Wiesbaden 2004, S. 942.

## Beispiel für ein Inhaltsverzeichnis der CD

### Inhalt der CD

- 1 Name\_der\_Abschlußarbeit.pdf
- 2 Internetquellen
  - 2.1 Lülfs, F./Spiller, A.: Kunden(un)zufriedenheit mit der Schulverpflegung
  - 2.2 o.V.: Markenallianz
  - 2.3 Siemens AG: Umsatzerlöse und Ergebnis