Universität Stuttgart
Betriebswirtschaftliches Institut

Richtlinien zur formalen Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten am Lehrstuhl für Marketing

Universität Stuttgart
Betriebswirtschaftliches Institut
Abteilung VI - ABWL und Marketing
Professor Dr. Christina Kühnl
Keplerstr. 17
70174 Stuttgart

Stand: April 2025

Inhaltsverzeichnis

1 Einzureichende Exemplare und Dateien 3
2 Sprache 3
3 Umfang der Arbeit 4
4 Bearbeitungsdauer der Arbeit 4
5 Schrift, Zeilenabstand, Layout Seitenformat 5
6 Inhalt der Arbeit 5
7 Zitierweise im Fließtext 10
8 Literaturverzeichnis 14
9 Umgang mit Plagiaten 16
10 Weiterführende Literatur 17
11 Anhang 18

1 Einzureichende Exemplare und Dateien

Bachelor-, Master- und Studienarbeiten sind in gedruckter Ausfertigung im Lehrstuhlsekretariat oder bei den jeweiligen Betreuenden abzugeben. Die Anzahl der einzureichenden gedruckten Ausfertigungen richtet sich nach der jeweiligen Prüfungsordnung des Studiengangs des Studierenden. Die schriftliche Ausfertigung ist einseitig zu drucken und mit einfacher Klebebindung einzureichen.

Zusätzlich müssen auf einem separaten Datenträger, bzw. per Mail an den/die BetreuerIn des Lehrstuhls, folgende Dateien eingereicht werden:

- Ausfertigung der Arbeit als Word- und PDF-Datei
- Anonymisierte Ausfertigung der Arbeit (i.S.v. kein Name, Matrikelnummer, etc.) als Word-Datei für den Plagiatsabgleich
- Sämtliche Datensätze und Analysen, die im Rahmen der Arbeit erstellt wurden (z. B. SPSS Datensatz, Syntax und Output; R-Code, MAXQDA-Analyse und Kodierung, Transkripte bei qualitativen Interviews, etc.)

Seminararbeiten und Ausarbeitungen der Projektstudie müssen **nicht** in gedruckter Ausfertigung eingereicht werden. Hier genügt die Einreichung in digitaler Form. Die Abgabemodalitäten werden im Rahmen der jeweiligen Veranstaltung besprochen.

2 Sprache

Alle Arbeiten können in deutscher oder englischer Sprache angefertigt werden, sofern nicht anderweitig kommuniziert. Den Studierenden steht frei eine gender- und diversitätssensible Sprache zu verwenden, oder einen Gender-Hinweis unterhalb des Abstracts der wissenschaftlichen Arbeit im folgenden Stil hinzuzufügen:

> *Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit das generische Maskulinum verwendet. Die in dieser Arbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.*

3 Umfang der Arbeit

Folgende Seitenvorgaben sind von den Studierenden einzuhalten. Die Vorgaben beziehen sich auf den reinen Textteil der Arbeit. Verzeichnisse, Abbildungen, Tabellen und Anhänge zählen nicht zu den folgenden Seitenvorgaben. Die Seitenvorgaben gelten pro Person:

- Seminararbeit im Bachelorstudium: 10-12 Seiten
- Projektstudie im Bachelorstudium: Reflexionsbericht (3-4 Seiten) und PowerPoint-Präsentation der Arbeitsergebnisse
- Bachelorarbeit (12 Wochen): 30-35 Seiten
- Bachelorarbeit (6 Monate): 50-55 Seiten
- Seminararbeit im Masterstudium: 12-14 Seiten
- Forschungsarbeit (Technologiemanagement): 20-45 Seiten (abhängig vom Thema und je nach Rücksprache mit dem/r BetreuerIn)
- Masterarbeit: 60-65 Seiten (35 Seiten bei Paper-basierten Arbeiten)

Über- und Unterschreitungen sind unzulässig und führen zu einem Notenabschlag.

Bei Seminar- oder Abschlussarbeiten die in Form einer Gruppenarbeit durchgeführt werden, sind die Studierenden verpflichtet ein sogenanntes „Contribution Statement“ zusätzlich zur Eidesstattlichen Erklärung und der Liste verwendeter Hilfsmittel abzugeben. In diesem soll in tabellarischer Form aufgezeigt werden, zu welchem Anteil die Studierenden an der Erarbeitung der jeweiligen Kapitel beteiligt waren, um so eine individuelle Benotung zu gewährleisten (siehe Anhang 11.4).

4 Bearbeitungsdauer der Arbeit

Für wissenschaftliche Arbeiten sind folgende Bearbeitungsdauern vorgesehen:

- Seminararbeit im Bachelorstudium: i.d.R. 8 Wochen
- Projektstudie im Bachelorstudium: i.d.R. 6 Wochen
- Bachelorarbeit: i.d.R. 12 Wochen (siehe Prüfungsordnung für Studiengänge nicht BWL t.o.)
- Seminararbeit im Masterstudium: i.d.R. 9 Wochen
- Forschungsarbeit/Studienarbeit (Technologiemanagement): i.d.R. 24 Wochen
- Masterarbeit: i.d.R. 20 Wochen

Maßgeblich für die Bearbeitungsdauer ist die aktuell gültige Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs.

Falls die Abgabefrist krankheitsbedingt nicht eingehalten werden kann, muss umgehend ein Attest eingereicht werden.

5 Schrift, Zeilenabstand, Layout Seitenformat

- Schrifttyp: „Times New Roman“
- Schriftgröße:
    - Text, Inhaltsverzeichnis etc.: 12 Punkte
    - Fußnoten: 10 Punkte
    - Kapitel- und Abschnittsüberschriften: min. 12 Punkte, Schriftgröße kann zwecks der Veranschaulichung der Gliederungsebenen gestuft werden
    - Abbildungen und Tabellen: min. 10 Punkte
- Ausrichtung: Blocksatz
- Zeilenabstand:
    - Arbeit (Text, Inhaltsverzeichnis etc.): 1,5-zeiliger Abstand
    - Fußnoten: einzeiliger Abstand
- Absatzeinzüge und -abstände sind im Textteil auf 0 Pt. zu setzen.
- Vor Absätzen ist eine Leerzeile einzufügen. Ein Absatz entspricht einem Gedankengang. Absätze sind im Blocksatz zu gestalten und müssen mindestens aus zwei Sätzen bestehen.
- Format: DIN A4;
- Seitenränder: Oben: 2,5 cm; unten: 2,0 cm; links: 2,5 cm; rechts: 2,5 cm

6 Inhalt der Arbeit

Die nachfolgend beschriebene Reihenfolge ist einzuhalten.

1. Deckblatt
2. Sperrvermerk *(falls notwendig)*
3. Abstract und Keywords
4. Inhaltsverzeichnis

5. Abbildungsverzeichnis *(falls notwendig)*
6. Tabellenverzeichnis *(falls notwendig)*
7. Abkürzungsverzeichnis *(falls notwendig)*
8. Ausarbeitung
9. Literaturverzeichnis
10. Anhang
11. Eidesstattliche Erklärung
12. Verwendete Hilfsmittel
13. Contribution Statement *(falls notwendig)*

6.1 Titel der Arbeit

Der Titel der Arbeit wird mit dem / der BetreuerIn der Arbeit besprochen und im offiziellen Anmeldeformular der Abschlussarbeit des Prüfungsamts festgehalten. Es ist zwingend notwendig, dass der Titel der am Ende abgegebenen Arbeit mit dem verwendeten Titel des Anmeldeformulars übereinstimmt. Eine Änderung des Titels ist nur im Ausnahmefall nach Rücksprache und Genehmigung des / der BetreuerIn möglich.

6.2 Deckblatt

Eine Deckblatt-Vorlage wird im Anhang bereitgestellt.

6.3 Sperrvermerk

Bei Arbeiten, die in Kooperation mit Unternehmen entstehen, verlangen Kooperationspartner gegebenenfalls eine Vertraulichkeitsvereinbarung. In diesem Fall kann ein Sperrvermerk der Arbeit vorangestellt werden, der sich an folgenden Text orientieren kann:

„*Die nachfolgende Bachelor-, Seminar-, Masterarbeit bzw. Projekt- / Studienarbeit enthält vertrauliche Informationen. Daher war eine Voraussetzung der Arbeit, dass diese der Öffentlichkeit nicht zugänglich gemacht wird. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, hat folgender Sperrvermerk Gültigkeit: Diese Bachelor-, Seminar-, Masterarbeit bzw. Projekt- / Studienarbeit wurde für interne Zwecke der* ***xyz AG*** *erstellt. Das öffentliche Auslegen dieser Arbeit bedarf daher der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung der* ***xyz AG****. Gemäß der Prüfungsordnung zur Erlangung eines Abschlusses an der Universität Stuttgart verbleibt ein Exemplar der Arbeit unter Verschluss an der betreuenden Abteilung. Die Arbeit wird Dritten nicht zugänglich gemacht*.“

6.4 Abstract und Keywords

Der Abstract (deutsch: Kurzfassung) bietet eine kurze, aber umfassende Zusammenfassung des Inhalts Ihrer Arbeit. Auf folgende Aspekte sollte eingegangen werden, um den Lesern der Arbeit einen Überblick zu verschaffen: Forschungsthema, Forschungsfragen, Stichprobe, verwendeten Methoden, Ergebnisse, Datenanalyse und Schlussfolgerungen. Mögliche Implikationen der Forschung und zukünftige Forschungsfragen können ebenfalls beschrieben werden. Ihr Abstract sollte aus einem einzigen Absatz mit doppeltem Zeilenabstand bestehen. Der Abstract darf 250 Wörter nicht übersteigen und keine Abbildungen, Tabellen oder Quellenangaben enthalten. Üblicherweise wird der Abstract auf Englisch verfasst, ein deutscher Abstract ist jedoch möglich. Der Abstract befindet sich auf einer separaten Seite zwischen Deckblatt und Inhaltsverzeichnis.

Die Keywords (Anzahl: ca. 3-6) werden unterhalb des Abstracts angegeben und bestehen aus relevanten Schlagwörtern der Arbeit.

6.5 Inhaltsverzeichnis und Gliederung

Die Gliederung muss in numerischer Ordnung nach dem Abstufungsprinzip erfolgen. Hierbei sollte beachtet werden, dass jede Untergliederung mindestens zwei Gliederungspunkte aufweist. Sämtliche Unterkapitel sollten im Rahmen der Arbeit mit mindestens einer halben Seite an schriftlichen Inhalten gefüllt werden. Es ist auf eine ausreichende Trennschärfe und Ausgewogenheit der einzelnen Kapitel bzw. Abschnitte zu achten. Die Länge eines Abschnitts sollte dessen Beitrag zur Beantwortung der Forschungsfragen der Arbeit widerspiegeln. Verzeichnisse werden nicht nummeriert.

Die Seiten des Inhalts-, Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnisses sollten fortlaufend in römischen Zahlen beginnend mit I nummeriert werden.

Die Seiten im eigentlichen Text, in einem eventuellen Anhang, dem Literaturverzeichnis, der eidesstattlichen Erklärung und der Liste verwendeter Hilfsmittel werden mit arabischen Zahlen nummeriert. Der Text der Arbeit beginnt auf Seite 1. Abbildung 1 zeigt eine vereinfachende Darstellung eines Inhaltsverzeichnisses.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis IV

Tabellenverzeichnis V

Abkürzungsverzeichnis VI

1 Einleitung 1

1.1 Kontext 1

1.2 Problemstellung 1

1.3 Struktur der Arbeit 1

2 Konzeptionelle Grundlagen der Untersuchung 2

2.1 Bestandsaufnahme der Literatur zur Kundenzufriedenheit 2

2.1.1 Forschungsbereiche im Überblick 2

2.1.2 Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit 2

2.1.3 … 2

2.2 Besonderheiten des Industriegütermarketing 3

2.2.1 Der Aspekt der Multipersonalität 3

2.2.2 … 3

2.2.3 3

3 Methodische Grundlagen der Untersuchung 4

4 … 5

5 Zusammenfassung und Implikationen 6

Literaturverzeichnis 7

Anhang 8

Eidesstattliche Erklärung 9

II

Abbildung 1: Darstellung eines Inhaltsverzeichnisses

6.6 Abbildungs-/ Abkürzungs- / Tabellen- / Anhangsverzeichnis

Im laufenden Text sollten Abkürzungen weitgehend vermieden werden. Geläufige Abkürzungen (alle im Duden aufgeführten Abkürzungen) und solche, die nur in Fußnoten oder im Literaturverzeichnis benutzt werden, sind nicht in ein Abkürzungsverzeichnis aufzunehmen. Mehrdeutige oder weniger geläufige Abkürzungen sind in ein Abkürzungsverzeichnis aufzunehmen und eindeutig zu definieren. Ein Abkürzungsverzeichnis ist entbehrlich, wenn nicht mehr als drei verschiedene Begriffe (auch mehrmals) abgekürzt werden. Abkürzungen

werden bei erstmaliger Verwendung im Text voll ausgeschrieben und die Abkürzung in Klammern angeschlossen.

Beispiel: „An dieser Stelle sei noch erwähnt, dass gerade in den letzten Jahren in der Unternehmenspraxis die Begriffe Customer Relationship Management (CRM) und Customer Experience Management (CEM) sehr intensiv verwendet werden“ (Homburg 2020, S. 564).

Werden jeweils mehr als drei Abbildungen oder Tabellen im Textteil bzw. mehr als drei Anhänge verwendet, sind diese in gleicher Reihenfolge in einem Abbildungs- / Tabellen- und Anhangsverzeichnis getrennt auf jeweils einer separaten Seite aufzuführen. Die Bezeichnungen der Abbildungen, der Tabellen und der Anhänge in den separaten Verzeichnissen müssen identisch sein mit denen im Textteil und auf die entsprechende Seite verweisen (Abbildungs- bzw. Tabellenunterschrift). Etwaige Abkürzungs-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnisse werden zwischen dem Inhaltsverzeichnis und dem ersten Kapitel des Textteils präsentiert. Ein etwaiges Anhangsverzeichnis wird direkt nach der Überschrift „Anhang“ präsentiert.

6.7 Abbildungen und Tabellen

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

Beispiele:

- Abbildung 3-1: Überblick über die verhaltenswissenschaftlichen Theorien
  oder:
- Abbildung 12: Überblick über die verhaltenswissenschaftlichen Theorien

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

Werden im Rahmen der Arbeit eine Vielzahl empirischer Studien diskutiert, wird die Erstellung geeigneter Literaturtabellen empfohlen (vgl. Anhang 5).

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

Abbildungen und Tabellen haben einen ergänzenden Charakter der schriftlichen Ausarbeitung und zählen daher nicht zum Seitenumfang der Arbeit hinzu.

6.8 Anhänge

Tabellen und Abbildungen, die für das Verständnis der Arbeit nicht unbedingt erforderlich sind (z.B. umfangreiche statistische Auswertungen oder verwendete Fragebögen), können als Ergänzung zu den textlichen Erläuterungen in den Anhang aufgenommen werden. Der Anhang enthält jedoch keine weiteren Erläuterungen, z. B. Bewertungen von empirischen Ergebnissen.

6.9 Eidesstattliche Erklärung

Bachelor- und Masterarbeiten sowie Seminararbeiten und Projektstudien müssen eine eidesstattliche Erklärung beinhalten. Maßgeblich hierfür ist die Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs. Ein Muster wird in Anhang 3 bereitgestellt.

6.10 Liste verwendeter Hilfsmittel

Alle von Ihnen genutzten Hilfsmittel müssen angegeben werden. Das betrifft insbesondere die Nutzung von z. B. DeepL oder KI-Werkzeugen (wie ChatGPT) zur Verbesserung der sprachlichen Qualität Ihres Textes. Dabei muss die Eigenständigkeit Ihrer Leistung nach wie vor gegeben sein und die eigene Denkleistung widerspiegeln.

7 Zitierweise im Fließtext

Jedes Zitat muss überprüfbar sein und fremdes Gedankengut ist als solches kenntlich zu machen. Für Quellenangaben im Text werden keine Fußnoten verwendet. Es wird im Text auf die Quelle verwiesen. Die Zitierweise orientiert sich an den Regelungen des Journal of Marketing. Hierfür können die Citavi-Vorlagen „Journal of Marketing“ für englischsprachige Arbeiten oder „Journal of Marketing (German)“ für deutschsprachige Arbeiten verwendet werden.

Im Fließtext werden stets die Autoren, das Publikationsjahr sowie die Seitenangabe angegeben. Dies erfolgt in der Regel am Ende des Gedankens, der dieser Quelle entnommen ist. Gibt ein gesamter Absatz den Gedanken einer bestimmten Quelle wieder, ist die Quellenangabe am Ende des Absatzes einzufügen. Entnimmt man einen Gedanken oder ein wörtliches Zitat, welches über das Seitenende hinaus auf eine weitere Seite in der Originalquelle verläuft, wird nach der Seitenzahl ein „f.“ hinzugefügt, geht das Zitat über weitere Seiten, fügt man „ff.“ hinzu. Wird eine Aussage mit mehreren Quellen belegt, so werden diese alphabetisch geordnet aufgeführt und mit einem Semikolon (;) getrennt.

Beispiele:

- Im Fokus der Arbeiten steht die empirische Bestimmung der Wirkungen an Endkunden gerichteter Sonderpreisaktionen (Gedenk 2002, S. 21).
- Ein zufriedener Kunde wird mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder denselben Anbieter wählen (Fornell 1992, S. 8 f.; Herrmann 1995, S. 238 ff.)

Wird ein Autor im Fließtext genannt, erfolgt die Quellenangabe unmittelbar danach. Eine erneute Nennung der Autorennamen entfällt hierbei.

Beispiele:

- Wie Gedenk (2002, S. 21) aufzeigt, steht im Fokus der Arbeiten die empirische Bestimmung der Wirkungen an Endkunden gerichteter Sonderpreisaktionen.
- Laut der Autoren Fornell (1992, S. 8) und Herrmann (1995, S. 238) wird ein zufriedener Kunde mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder denselben Anbieter wählen.

Stammt eine Quelle von zwei Autoren, werden diese durch ein “und” getrennt. Dies gilt auch für die Nennung der Autoren im Fließtext.

Beispiele:

- KI kann für drei strategische Entscheidungen genutzt werden: Segmentierung, Targeting und Positionierung (Huang und Rust 2020, S. 34).
- Gemäß der Autoren Huang und Rust (2020, S. 34) kann KI für drei strategische Entscheidungen genutzt werden: Segmentierung, Targeting und Positionierung.

Bei drei Autoren werden die ersten beiden Autoren durch ein Komma und der zweite und dritte Autor durch ein Komma sowie ein „und“ getrennt. Dies gilt auch für die Nennung der Autoren im Fließtext.

Beispiele:

- Customer Experience Management wurde als ein übergeordnetes Konstrukt konzeptualisiert, das kulturelle Einstellungen zu CEs, strategische Richtungen für die Gestaltung von CEs und Unternehmensfähigkeiten für die kontinuierliche Erneuerung von CEs beinhaltet (Homburg, Jozic, und Kuehnl 2017, S. 384).
- Laut der Autoren Homburg, Jozic, und Kuehnl (2017, S. 384) wurde Customer Experience Management als ein übergeordnetes Konstrukt konzeptualisiert, das kulturelle Einstellungen zu CEs, strategische Richtungen für die Gestaltung von CEs und Unternehmensfähigkeiten für die kontinuierliche Erneuerung von CEs beinhaltet.

Ab vier Autoren wird lediglich der Erstautor angegeben. Nach dem Erstautor folgt die Bezeichnung „et al.“.

Beispiele:

- KI kann entlang drei Dimensionen untersucht werden: dem Grad der Intelligenz, der Art der Aufgabe und ob die KI in einen Roboter eingebettet ist (Davenport et al. 2020, S. 27 ff.).
- Wie die Autoren Davenport et al. (2020, S. 27 ff.) aufzeigen kann KI entlang drei Dimensionen untersucht werden: dem Grad der Intelligenz, der Art der Aufgabe und ob die KI in einen Roboter eingebettet ist.

Besonderheiten bei direkten Zitaten:

Direkte Zitate sind in Anführungszeichen zu setzen. Zitate in englischer Sprache müssen nicht übersetzt werden.

Beispiel:

- „Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (z.B. Expertenbefragungen, Preisexperimente, direkte Kundenbefragungen) zu flankieren“ (Homburg 2012, S. 685).

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

Beispiele:

- „Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (…) zu flankieren“ (Homburg 2012, S. 685).
- „Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der [empirischen] Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (z.B. Expertenbefragungen, Preisexperimente, direkte Kundenbefragungen) zu flankieren“ (Homburg 2012, S. 685)

Zusätzlich ist darauf zu achten, dass der Punkt immer am Satzende gesetzt wird. Der Punkt erfolgt somit nach den Ausführungszeichen zum Zitatende oder nach der Quellenangabe.

Darüber hinaus werden direkte Zitate die über mehr als zwei Zeilen gehen in einem eingerückten, freistehenden Absatz platziert.

Generell ist zu beachten, dass sowohl bei einem direkten als auch bei einem indirekten Zitat möglichst die Originalquellen zu verwenden sind. Sekundärzitate sind daher nur als seltene Ausnahme (und immer nur als zweitbeste Lösung) akzeptabel. Um Sekundärquellen zu zitieren, wird sowohl auf die Primär- als auch Sekundärquelle verwiesen. Dabei wird der Zusatz „zitiert nach“ verwendet. Im Literaturverzeichnis wird allerdings ausschließlich die tatsächlich genutzte Quelle aufgeführt.

Beispiel: (Nachname Jahr, Seite, zitiert nach Nachname Jahr, Seite)

8 Literaturverzeichnis

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

Beispiele:

- Kuehnl, Christina (2019a), ...
- Kuehnl, Christina (2019b), …

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

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

Das Literaturverzeichnis orientiert sich an den Regelungen des *Journal of Marketing*. Hierfür können die Citavi-Vorlagen „Journal of Marketing“ für englischsprachige Arbeiten oder „Journal of Marketing (German)“ für deutschsprachige Arbeiten verwendet werden.

Literaturverzeichnis

Homburg, Christian (2017), *Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung*, 6. Aufl., Wiesbaden.

Jozic, Daniel, und Christina Kühnl (2016), „Customer Experience Management“, in *Kundenzufriedenheit: Konzepte – Methoden – Erfahrungen*, 9. Aufl., Christian Homburg, Hrsg. Wiesbaden: Gabler, 411–440.

Kuehnl, Christina, Andreas Fuerst, Christian Homburg, und Matthias Staritz (2017), “Toward a Differentiated Understanding of the Value-Creation Chain”, *British Journal of Management*, 28 (03), 444–463.

Abbildung 2: Darstellung eines Literaturverzeichnisses

8.1 Monographien:

Homburg, Christian (2017), *Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung*, 6. Aufl., Wiesbaden.

8.2 Zeitschriften:

Kuehnl, Christina, Andreas Fuerst, Christian Homburg, und Matthias Staritz (2017), "Toward a Differentiated Understanding of the Value-Creation Chain", *British Journal of Management*, 28 (03), 444–463.

Hinweis: Für einige Zeitschriften, insbesondere für *Journal of Marketing*, *Journal of Marketing Research* und *Journal of Consumer Research*, ist die Angabe des Monats statt der Nummer der Ausgabe gebräuchlicher.

8.3 Sammelwerke:

Jozic, Daniel, und Christina Kühnl (2016), „Customer Experience Management", in *Kundenzufriedenheit: Konzepte – Methoden – Erfahrungen*, 9. Aufl., Christian Homburg, Hrsg. Wiesbaden: Gabler, 411–440.

8.4 Internetquellen:

ZDF (2019), „Ergebnisse der ARD/ZDF Onlinestudie 2019", http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/Ergebnispraesentation_ARD_ZDF_Onlinestudie_PUBLIKATION_extern.pdf [01.12.2019].

Toner, K. (2020), "When Covid-19 hit, he turned his newspaper route into a lifeline for senior citizens", CNN. https://www.cnn.com/2020/06/04/us/coronavirus-newspaper-deliveryman-groceries-senior-citizens-cnnheroes-trnd/index.html [20.07.2022]

(Datum in eckigen Klammern = Abrufdatum)

8.5 Zitierung sonstiger Quellenarten

Die Zitierung sonstiger Quellenarten richten sich nach den Vorgaben des „Journal of Marketing": https://www.ama.org/american-marketing-association-journals-reference-style-examples/

8.6 Zitierung von Quellen mit unvollständigen Informationen

Es ist möglich, dass relevante Informationen einer Quelle nicht verfügbar sind. Ist beispielsweise der Autor einer Quelle unbekannt, so ist diese mit o. V. (ohne Verfasser) auszuweisen.

Beispiel:

o. V. (2020), CONTINENTAL, Wie viel Schulden für Vitesco? Wirtschaftswoche, 10, 6.

Analog wird mit Quellen verfahren, bei denen die Ortsangabe oder Jahresangabe fehlt. Fehlende Ortsangaben oder fehlende Jahresangaben werden mit „ohne Angabe“ (o. A.) gekennzeichnet. Alle Abkürzungen sind im Abkürzungsverzeichnis aufzunehmen.

8.7 Besonderheiten bei englischsprachiger Literatur

In englischsprachigen Arbeiten ergeben sich folgende Besonderheiten:

- ed. (bei einem Herausgeber) oder eds. (bei mehreren Herausgebern) *statt* Hrsg.
- 3rd edition *statt* 3. Auflage
- Bei der Zitierung von in den USA verlegten Büchern ist bei der Ortsangabe mit Ausnahme von New York der US-Bundesstaat als Kürzel zu ergänzen, z.B. Upper Saddle River, NJ oder San Francisco, CA.

9 Umgang mit Plagiaten

Die Erbringung von wissenschaftlichen Arbeiten an unserem Lehrstuhl beruht auf gegenseitigem Vertrauen. Sie verpflichten sich, diese Prüfungsleistungen selbständig und ohne fremde Hilfe zu erbringen. Dazu zählt auch, übernommene Sätze und Texte als Zitate zu kennzeichnen. Ohne den Ursprung solchen Materials, insbesondere im Internet zugänglicher Quellen, gelten diese als Plagiat. Auch für Zitate aus anderssprachigen Quellen ist eine Paraphrasierung notwendig. Eine „eins-zu-eins-Übersetzung“ wird ebenfalls als Plagiat gewertet. Die Übernahme von Struktur und Aufbau einer herangezogenen Quelle und das reine Umformulieren (lassen) des Textes ist nicht gestattet.

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

10 Weiterführende Literatur

Neben den in diesem Dokument aufgeführten formalen Richtlinien zur Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten sei auf die einschlägige Literatur verwiesen, die zur Beantwortung zahlreicher Fragen im Rahmen der Erstellung einer schriftlichen Arbeit herangezogen werden sollte. Exemplarisch sei auf folgendes Werk verwiesen:

Theisen, Manuel R. (2017), *Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit*, 17. Auflage, München.

Journal of Marketing (o.J.), “Accepted Manuscript Guidelines | Journal of Marketing”, https://www.ama.org/accepted-manuscript-guidelines-journal-of-marketing/ [12.09.2022]

11 Anhang

Anhang 1. Beispiel: Deckblatt in deutscher Sprache

Titel der Bachelor-, Seminar-, oder Masterarbeit

/

Falls Masterarbeit:

zusätzlich englischer Titel der Arbeit

Seminar- / Bachelorarbeit oder Masterarbeit

vorgelegt bei:

Prof. Dr. Christina Kühnl

Abteilung VI

Lehrstuhl für ABWL und Marketing

Betreuer:

Titel, Name des Betreuers

Universität Stuttgart

Wintersemester / Sommersemester 20XY/XZ

von:

Vorname Name

Matrikelnummer

Anschrift

Telefon

E-Mail-Adresse

Stuttgart, *im Monat Jahr*

Anhang 2. Beispiel: Deckblatt in englischer Sprache

Title of the seminar paper or bachelor thesis or master thesis

Seminar Paper / Bachelor Thesis / Master Thesis

submitted to:

Prof. Dr. Christina Kuehnl

Department VI

Marketing Department

Advisor:
Advisor's Name

University of Stuttgart

Summer term / Winter term 20XY/XZ

by:
First and last name
Student ID-number
Address
Telephone
Mail Address
Stuttgart, *Month Year*

Anhang 3. Vorlage: Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich,

- dass die Arbeit, bzw. bei einer Gruppenarbeit mein entsprechend gekennzeichneter Teil, selbstständig verfasst wurde,
- dass keine anderen als die angegebenen Quellen benutzt und alle wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken übernommenen Aussagen als solche gekennzeichnet wurden,
- dass keine anderen als die angebenden Hilfsmittel verwendet wurden, die Eigenständigkeit der Arbeit gegeben ist und nach wie vor die eigene Denkleistung widerspiegelt,
- dass die eingereichte Arbeit weder vollständig noch in wesentlichen Teilen Gegenstand eines anderen Prüfungsverfahrens war,
- dass die Arbeit weder vollständig noch in Teilen bereits veröffentlicht wurde und
- dass das elektronische Exemplar mit den anderen Exemplaren übereinstimmt
- dass ich ausschließlich folgende Hilfsmittel für meine Arbeit verwendet habe:

Hier Auflistung der Hilfsmittel ergänzen.

Ort, Datum

_____

Name des Verfassers

Anhang 4. Vorlage: Contribution Statement

Hiermit erklären wir, dass die Arbeit, wie in der untenstehenden Tabelle angegeben, erstellt worden ist.

Kapitelüberschrift	**Studierender 1** ***Name***	**Studierender 2** ***Name***	….
Kapitel 1 - Einleitung	50%	50%	…
Kapitel 2	0%	100%	…
Kapitel 3	100%	0%	…
Kapitel xy	…	…	…
Kapitel xy – Schluss	50%	50%	…

Ort, Datum

_____ _____

Name des 1. Verfassers *Name des 2. Verfassers*

Abgesehen von Einleitung und Schluss, die gerne gemeinsam verfasst werden dürfen, sollten die einzelnen Kapitel der Arbeit jeweils von einer Person verfasst und dementsprechend gekennzeichnet werden.

Anhang 5. Beispiel: möglicher Aufbau von Literaturtabellen

Autor(en) (Jahr)	Theoretische Grundlagen	Unabhängige Variablen	Abhängige Variablen	Empirische Basis		Zentrale Ergebnisse
				Datengrundlage	Analysemethoden	
Yadav/ Monroe (1993)	Prospect-Theorie, Mental Accounting	Discounts auf Einzelpreise, zusätzlicher Discount für das Bündel	Wahrgenommener Transaktionsnutzen	Experiment: 252 Studenten (undergraduate) Produkt: Reisetasche, Koffer	Varianzanalyse	• Der Einfluss der Discounts für die einzelnen Produkte (bei separatem Kauf) auf den wahrgenommenen Transaktionsnutzen ist geringer als der Einfluss eines zusätzlichen Discounts für das Bündel. • …

Autor(en)	Theoretische Grundlage	Datengrundlage und Analyse-methode	Branche (Produkt)	Unabhängige Variable(n)	Abhängige Variable(n)	Zentrale Ergebnisse
Maxwell (2002)	Attributionstheorie, Theorie der kognitiven Dissonanz	Experiment 1: • Marketingstudenten (n_1=393) • Kausalanalyse	Luftfahrt (Flugtickets)	• Referenzpreis (gleich/geringer als der tatsächliche Preis) • Anbietermacht (niedrig/hoch)	• Wahrgenommene Preisfairness • Einstellung gegenüber dem Anbieter • Kaufabsicht	• Zwischen der wahrgenommenen Preisfairness (tatsächlichen Preis entspricht dem Referenzpreis) und der Kaufabsicht besteht ein indirekter positiver Zusammenhang: Die wahrgenommene Preisfairness wirkt zunächst positiv auf die wahrgenommene Fairness der Preisbestimmung, die wiederum einen positiven Einfluss auf die Einstellung gegenüber dem Anbieter ausübt. • …