



Formatvorgaben Bachelorarbeiten am markstones Institute

Prof. Dr. Christoph Burmann, Prof. Dr. Maik Eisenbeiß, Prof. Dr. Kristina Klein, Dr. Michael Schade

12. Februar 2021

Bachelorarbeiten am markstones Institut

- Die in dieser Präsentation aufgeführten Formatvorgaben gelten für alle Bachelorarbeiten, die am markstones Institut geschrieben werden



Prof. Maik Eisenbeiß



Prof. Kristina Klein



Prof. Christoph Burmann



Dr. Michael Schade

Umfang der Bachelorarbeit

- Der **Umfang** der Bachelorarbeit beträgt **25 Seiten** Text (+/- 10% Abweichung ist zulässig).
- Wenn der oder die Betreuer/in Ihre Arbeit als **empirische Arbeit** einstuft, beträgt der Umfang **30 Seiten** (+/- 10% Abweichung ist zulässig).
- Zum Umfang von 25 / 30 Seiten zählt der gesamte Text der Bachelorarbeit **inkl. der Abbildungen und Tabellen** im Text.
- Zum Umfang von 25 / 30 Seiten zählen **nicht** Deckblatt, Inhaltsverzeichnis, Abbildungs-, Tabellen- und Symbol- / Abkürzungsverzeichnis, Anhang, Literaturverzeichnis, Eidesstattliche Erklärung.

Aufbau der Arbeit

- Deckblatt
- Inhaltsverzeichnis
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Symbol- / Abkürzungsverzeichnis
- Text (Einleitung, Theoretische Grundlagen, Hauptteil, Schluss)
- Anhang
- Literaturverzeichnis
- Eidesstattliche Erklärung

Aufbau des Deckblatts

Max Mustermann
Musterstr. 23
12345 Ort
E-Mail: mustermann@uni-bremen.de

Matrikelnr.: 1234567
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre (B. Sc.)

Bachelorarbeit

Titel

Eingereicht am
markstones Institute of Marketing, Branding & Technology
Fachbereich Wirtschaftswissenschaft (FB 7)
Universität Bremen

Erstprüfer: Prof. Dr. X
Zweitprüfer: Prof. Dr. Y

Bremen, Datum der Einreichung

Orientierungshilfe zur Formatierung des Inhaltsverzeichnisses

Inhaltsverzeichnis	
Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1. Ablauf einer wissenschaftlichen Arbeit am LiM	5
2. Gestaltung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit	7
2.1 Gliederungsaufbau	7
2.2 Inhaltliche Gestaltung	8
2.2.1 Einleitung	9
2.2.1.1 Relevanz und Problemstellung bzw. Forschungslücke	9
2.2.1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	9
2.2.2 Begriffsbestimmungen und theoretische Ansätze	9
2.2.3 Hauptteil	10
2.2.4 Schlussbetrachtung	10
2.2.4.1 Zusammenfassung und Fazit	10
2.2.4.2 Implikation für die Praxis	11
2.2.4.3 Limitation der eigenen Arbeit	11
2.2.4.4 Zukünftiger Forschungsbedarf	11
2.3 Formale Gestaltung	11
2.3.1 Allgemeines	11
2.3.2 Schrift und Layout	12
2.3.3 Abbildungen und Tabellen	13
3. Zitieren von Quellen	15
3.1 Allgemeine Grundsätze	15
3.2 Wörtliche Zitate	16
3.3 Sinngemäße oder nicht-wörtliche Zitate	17
3.4 Quellenhinweise in der Fußnote	17
4. Literatur- und Quellenangaben	18
5. Empfehlungen und Tipps	19
Anhang	21
Literaturverzeichnis	VI
Urheberrechtliche Erklärung	VII

Orientierungshilfe zur Formatierung des Abbildungs-, Tabellen-, Abkürzungs- und Symbolverzeichnis

Abbildungsverzeichnis		
Abbildung 1:	Gliederung einer Abschlussarbeit	8
Abbildung 2:	Formatierung des Deckblattes	21

analog dazu Tabellenverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	
Abb.	Abbildung
Aufl.	Auflage
Bsp.	Beispiel
bspw.	Beispielsweise
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
cm	centimeter
DIN	Deutsches Institut für Normung
Dr.	Doktor
erw.	erweitert (e)
etc.	et cetera
f.	folgende
ff.	fortfolgende
Hrsg.	Herausgeber
LiM	Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement
max.	maximal
mind.	mindestens
Nr.	Nummer
o. J.	ohne Jahrgang
o. O.	ohne Ort
o. V.	ohne Verfasser
Prof.	Professor
S.	Seite
Tab.	Tabelle
Tel.	Telefon
überarb.	überarbeitet (e)
u. a.	und andere, unter anderem
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

analog dazu Symbolverzeichnis

Formatierung des Textes

- Schriftart: Times New Roman
- Schriftgröße: 12 Pkt.
- Zeilenabstand: 1,5
- Ausrichtung: Blocksatz mit automatischer Silbentrennung
- Seitenrand: links 2,5 cm; rechts 3,5 cm; oben 2,5 cm; unten 2 cm
- Überschriften: Times New Roman, 12 Pkt., fett
- Zitation im Text: per Fußnote
- Formatierung Fußnoten: Schriftart Times New Roman, Schriftgröße 10 Pt., Zeilenabstand 1
- Abbildung / Tabellen: Abbildungen & Tabellen sind im Text verbal aufzugreifen; Beschriftung und Quellenangabe unter der Abbildung (Schriftart Times New Roman, Schriftgröße 10 Pt., Zeilenabstand 1)
- Seitenzahlen: Römische Ziffern für Inhalts-, Abbildungs-, Tabellen-, Symbol- und Abkürzungsverzeichnis sowie Anhang, Literaturverzeichnis und Eidesstattliche Erklärung; Arabische Ziffern nur für den Text (d.h. die Einleitung beginnt auf. S.1)

Zitation im Text

- Bei der Quellenarbeit sollten Sie wichtige Journals (z. B. Journal of Marketing) und themenbezogene Bücher nutzen
- Literatursuche durch Datenbanken (z.B. Ebsco, Google Scholar)
- Jede Verwendung fremden geistigen Eigentums ist durch eine genaue Quellenangabe zu kennzeichnen.
- Sofern möglich sollten die Zitate aus der originalen Quelle stammen und nicht aus der Sekundärquelle entnommen werden.
- Ab vier Autoren wird anstatt der Namen der weiteren Autoren hinter dem Namen des ersten Autors et al. eingefügt. (statt Burmann/Halaszovich/Piebler/Schade (2018) - Burmann et al. (2018)).
- Fehlt in der Literaturquelle die Angabe des Verfassers, des Verlagsortes oder des Verlagsjahres, sind statt dieser die Abkürzungen o. V., o. O., o. J. einzusetzen.
- Bei wörtlicher Wiedergabe dürfen keinerlei Veränderungen vorgenommen werden. Wörtliche Zitate werden durch Anführungsstriche begonnen und beendet. Auslassungen werden durch drei fortlaufende Punkte in eckigen Klammern [...] gekennzeichnet.

Beispiel Zitation in den Fußnoten

- Bei **wörtlichen** Zitaten: Müller (1975), S. 12.
- Bei **nicht-wörtlichen** Zitaten wird die Abkürzung „Vgl.“ der Quelle vorangestellt: Vgl. Müller (1975), S. 12. Vgl. Trommsdorff (2002), S. 33 ff.; Kroeber-Riel/Weinberg (1997), S. 30 f.

Literaturverzeichnis

- Alphabetische Sortierung, keine Trennung in Bücher, Dissertationsschriften, Journal Artikel, Internetquellen usw.
- Bei mehreren Publikationen eines Autors älteste Quelle zuerst

Beispiele für Quellenangaben im Literaturverzeichnis:

Buch	Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. & Eisenbeiß, M. (2019). <i>Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung</i> , 13. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
Buchbeitrag	Burmann, C., Meffert, H., & Feddersen, C. (2007). Identitätsbasierte Markenführung. In A. Florack, M. Scarabis & E. Primosch (Hrsg.), <i>Psychologie der Markenführung</i> (S. 3-30). München: Vahlen.
Zeitschriften- artikel	Melnyk, V., Klein, K. & Völckner, F. (2012). The Double-Edged Sword of Foreign Brand Names for Companies from Emerging Countries. <i>Journal of Marketing</i> , 76(6), 21-37.
Internet- quelle	Manager Magazin (2005). <i>AEG-Chronik – Niedergang einer Weltmarke</i> . http://www.managermagazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,389986,00.html . Zugegriffen: 27. Oktober 2019.

Eidesstattliche Erklärung

- Vorlage können Sie beim ZPA runterladen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Erstellung Ihrer Bachelorarbeit



Universität Bremen

Max-von-Laue-Straße 1
Gebäude WiWi 2
markstones@uni-bremen.de
0421 218-66572