



# Richtlinien Bachelorarbeiten am markstones Institute

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

Dezember 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.

1

## Aufbau und wichtige Bestandteile der Arbeit

**Formatvorgaben**

**Zitation**

## Aufbau der Arbeit

---

- Deckblatt
- (Gender-Disclaimer)
- Inhaltsverzeichnis
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Symbol- / Abkürzungsverzeichnis
- Text
- Anhang
- Literaturverzeichnis
- Eidesstattliche Erklärung

# Beispielhafte Gliederung einer Bachelorarbeit

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	
Abbildungsverzeichnis.....	II
Tabellenverzeichnis .....	III
Symbol-/ Abkürzungsverzeichnis.....	IV
1. Einleitung.....	1
1.1. Unterkapitel 1.....	1
1.2. Unterkapitel 2.....	1
2. Theoretische Grundlagen.....	2
3. Hauptteil .....	3
4. Fazit .....	4
Anhang.....	V
Literaturverzeichnis .....	VI
Eidesstaatliche Erklärung.....	VII

**Einleitung:** Einführung in das Thema, Darstellung der Problematik und Relevanz des Themas, Aufzeigen der Zielsetzung und Forschungsfragen, Aufzeigen des Aufbaus des Arbeit

**Theoretische Grundlagen:** Darstellung aller theoretischen Grundlagen, die für das Verständnis der Arbeit notwendig sind.

**Hauptteil:** Darstellung der Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfragen. Weitere Unterkapitel des Hauptteils könnten sein: Methodik, Ergebnisse, Diskussion, Handlungsempfehlungen.  
Sprechen Sie den Aufbau des Hauptteils mit Ihrem Betreuer/ Ihrer Betreuerin ab.

**Fazit:** Zusammenfassung der Arbeit. Weitere Unterkapitel des Fazits könnten sein: Limitationen, zukünftiger Forschung.

# Deckblatt Mustervorlage

---

Max Mustermann  
Musterstr. 123  
12345 Musterhausen  
E-Mail: mustermann@uni-bremen.de

Matrikelnr.: 123456789  
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.)

Bachelorarbeit

**Titel**

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

Erstprüfer\*in: Prof. Dr. X  
Zweitprüfer\*in: Prof. Dr. Y

Ort, Datum der Einreichung

# Geschlechtergerechte Sprache & Gender-Disclaimer

---

- 📍 Entscheiden Sie bitte, ob Sie in Ihrer Arbeit (A) eine geschlechtergerechte Sprache oder (B) das generische Maskulinum wählen.
  - Haben Sie sich für eine Variante entschieden, bleiben Sie in der Umsetzung bitte **konsistent**.
  
- 📍 **(A) Geschlechtergerechte Sprache, i.e. „Gendern“:**
  - Formulierungsvorschläge für verschiedene Formen geschlechtersensibler Schreibweisen hat die Landeskonferenz der Frauenbeauftragten im Land Bremen zusammen mit der Landesrektor\*innenkonferenz in einer Broschüre zusammengestellt<sup>1</sup>. Der Akademische Senat der Universität Bremen empfiehlt ausdrücklich die Nutzung dieser Orientierungshilfe:
    - [https://www.uni-bremen.de/fileadmin/user\\_upload/sites/chancengleichheit/dokumente\\_allgemein/geschlechtergerechte\\_sprache/OrientierungshilfeFuerGendergerechteSprache.pdf](https://www.uni-bremen.de/fileadmin/user_upload/sites/chancengleichheit/dokumente_allgemein/geschlechtergerechte_sprache/OrientierungshilfeFuerGendergerechteSprache.pdf)
  - Beispiel 1: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich bis zum 1. September anmelden. (Aufzählung)
  - Beispiel 2: Die Mitarbeiter\*innen können sich bis zum 1. September anmelden. (Gender-Sternchen)
  - Beispiel 3: Die Mitarbeitenden können sich bis zum 1. September anmelden. (geschlechtsneutral)
  
- 📍 **(B) Generisches Maskulinum:**
  - Sollten Sie das generische Maskulinum in Ihrer Arbeit benutzen wollen, fügen Sie Ihrer Arbeit ein Gender-Disclaimer bei.
  - Dieser wird VOR das Inhaltsverzeichnis platziert (römische Seitenzahl) und muss nicht ins Inhaltsverzeichnis aufgenommen werden.
  - Folgenden **Mustertext** können Sie hierfür verwenden:
    - „Die in der Abschlussarbeit gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche, männliche und diverse Personen.“

<sup>1</sup><https://www.uni-bremen.de/chancengleichheit/profil/geschlechtergerechte-sprache>



# Anhang

- 📍 Im Anhang werden alle Abbildungen, Tabellen und Dokumente aufgeführt, die für das Verständnis Ihrer Arbeit wichtig sind, aber nicht Teil des Haupttextes sind.

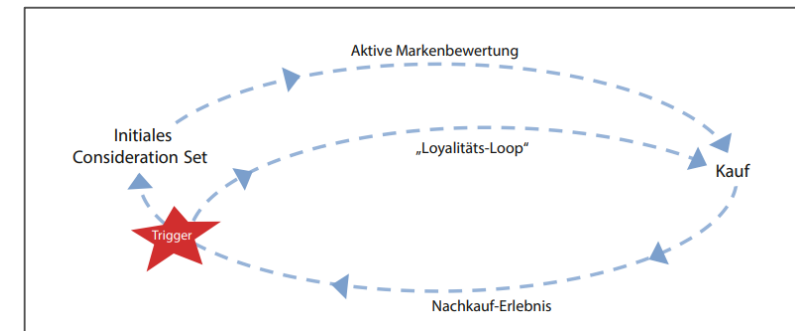
  - In der Regel handelt es sich dabei vor allem um umfangreiche Dokumente, wie z. B. Interviewprotokolle oder Fragebögen.
- 📍 Analog zu Abbildungen und Tabellen werden auch Anhänge nummeriert, beschriftet (**oben**) und mit Quellen versehen.

  - Die Quellen, die in Anhängen zitiert werden, müssen im Literaturverzeichnis angegeben werden.
- 📍 Auf alle Anhänge muss im Text verwiesen werden.

  - Beispiel: Mit der Vorgehensweise konnten insgesamt 612 Beiträge identifiziert werden (siehe Anhang 1).
- 📍 Bei besonders umfangreichen Anhängen sollten Sie Ihrer Arbeit ein **Anhangsverzeichnis** beifügen.

  - Das Anhangsverzeichnis ist eine Übersicht aller Anhänge und wird **zu Beginn** des Anhangs platziert.
  - Dieses ist analog zum Abbildungs-/ Tabellenverzeichnis zu formatieren:

Anhang 1: Modell der Consumer Decision Journey. (Court et al., 2009, S. 20)



## Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Modell der Consumer Decision Journey.....	V
Anhang 2: Interview mit Hr. Müller.....	VI
Anhang 3: Übersicht der Erfolgsfaktoren.....	VII

## Eidesstattliche Erklärung

---

- Vorlage können Sie beim ZPA runterladen.

## Aufbau und wichtige Bestandteile der Arbeit

2

**Formatvorgaben**

**Zitation**

## 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 (alle Ebenen): Times New Roman, 12 Pkt., fett
- 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)
  - Beispiel: s. Folie 5
- Formatierung Fußnoten: Schriftart Times New Roman, Schriftgröße 10 Pt., Zeilenabstand 1

# Formatierung der Abbildungs-, Tabellen-, Abkürzungs- & Symbolverzeichnisse

- Im Abbildungs- und Tabellenverzeichnis werden nur die Beschriftungen, **nicht die Quellen**, mit Seitenzahl angegeben.

- Beispiele:

Abbildungsverzeichnis	
Abb. 1: Einordnung der mobilen Werbung .....	4
Abb. 2: Theory of Reasoned Action (TRA) .....	8
Abb. 3: Einstellung gegenüber der Formation einer Werbeanzeige .....	9
Abb. 4: Framework.....	14

analog dazu Tabellenverzeichnis

- Das Abkürzungsverzeichnis enthält alle in der Arbeit verwendeten Abkürzungen, auch allgemeingültige Abkürzungen wie z.B., bspw., etc., usw.

- Ein Abkürzungsverzeichnis ist anzufertigen, wenn Sie in Ihrer Arbeit **eine oder mehrere Abkürzungen** verwendet haben.

- Beispiel:

Abkürzungsverzeichnis	
Abb.	Abbildung
bzw.	beziehungsweise
Kap.	Kapitel
LBA	Location Based Advertising

analog dazu Symbolverzeichnis

## Formatierung von Abbildungen/ Tabellen

- Auf alle Abbildungen und Tabellen muss im Text verwiesen werden.
  - Beispiel 1: Das Konzept des identitätsbasierten Markenmanagements wird in Abbildung 1 dargestellt.
  - Beispiel 2: Mit der Vorgehensweise konnten insgesamt 612 Beiträge identifiziert werden (siehe Abbildung 1).
- Beschriftung und Quellenangabe **unter** der Abbildung und Tabelle.
  - Schriftart Times New Roman, Schriftgröße 10 Pt., Zeilenabstand 1, zentriert
  - Abbildungen und Tabellen sollten, wenn möglich, **selbst erstellt**, übersichtlich und leserlich dargestellt werden.
  - Bitte beachten, dass alle Informationen in Abbildungen und Tabellen auf Deutsch sind (sofern Sie auf Deutsch schreiben).
  - Beispiel:

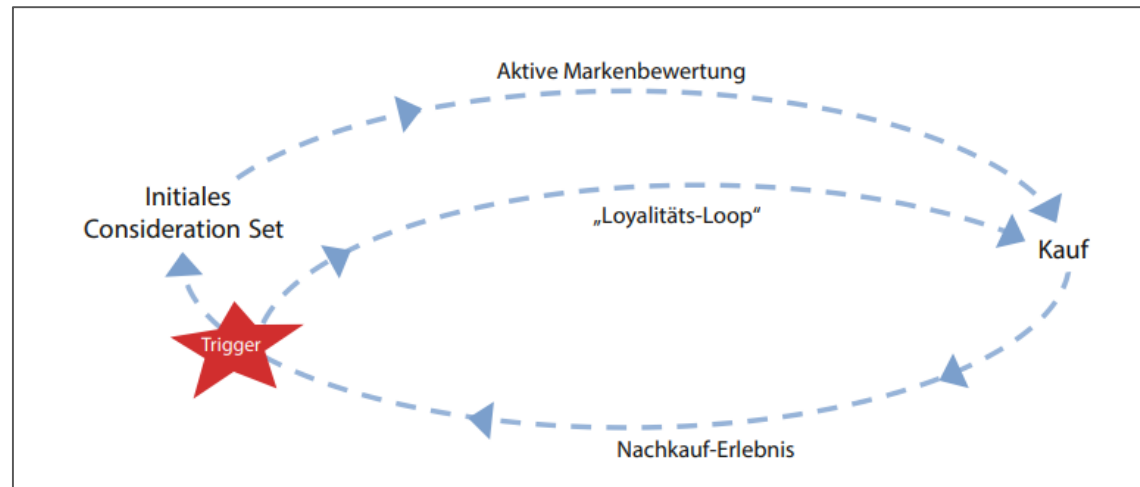


Abbildung 1: Modell der Consumer Decision Journey. (Eigene Darstellung in Anlehnung an Court et al. 2009)

## Aufbau und wichtige Bestandteile der Arbeit

### Formatvorgaben

3

Zitation

## Zitation im Text

- Jede Verwendung fremden geistigen Eigentums ist durch eine genaue Quellenangabe zu kennzeichnen.
- Zitieren Sie im Text nach der **dt. Zitierweise/ Chicago-Stil**.
  - Das bedeutet, dass **Zitate im Text durch Fußnoten** zu kennzeichnen sind.
  - Zudem werden alle Quellen in einem Literaturverzeichnis am Ende einer wissenschaftlichen Arbeit aufgelistet.

### ◦ Beispiel indirektes/ nicht-wörtliches Zitat im Text (mit „vgl.“)

Eine Differenzierung kann dabei allerdings nicht nur durch die physisch-funktionalen oder symbolischen Komponenten erfolgen, sondern auch durch entsprechendes Verhalten und Auftreten der Marke am Markt.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vgl. Burmann/Meffert/Koers (2005), S. 7 ff.

### ◦ Beispiel direktes/ wörtliches Zitat im Text (ohne „vgl.“)

Es ist festzuhalten, dass „WeChat nicht nur das Pendant zu WhatsApp“<sup>1</sup> ist.

<sup>1</sup> Stutzinger/ Wächter (2020), S. 234

- Wenn **mehrere Quellen** gleichzeitig zitiert werden sollen, müssen die Quellen in **eine** Fußnote, getrennt durch Semikolons, angegeben werden:

Eine Differenzierung kann dabei allerdings nicht nur durch die physisch-funktionalen oder symbolischen Komponenten erfolgen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vgl. Burmann/Meffert/Koers (2005), S. 7 ff.; Müller/Meyer (2008), S. 40; Meier (2010), S. 32 f.



## Anmerkungen Zitation im Text

- Sofern möglich sollten die Zitate aus der originalen Quelle (Primärquelle) stammen und nicht aus der Sekundärquelle entnommen werden.

- Sollten Sie kein Zugriff auf die Primärquelle haben, zitieren Sie folgendermaßen:

Eine Differenzierung kann dabei allerdings nicht durch symbolische Komponenten erfolgen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vgl. Primärautor\*innen (Jahr), zitiert nach Sekundärautor\*innen (Jahr) S. X



Eine Differenzierung kann dabei allerdings nicht durch symbolische Komponenten erfolgen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vgl. Meyer (2019), zitiert nach Hausen/Klein/Müller (2020), S. 60

- Im Literaturverzeichnis geben Sie nur die Quelle an, die Ihnen zur Verfügung steht, in dem Fall nur die „Sekundärautor\*innen“-Quelle.
- Ab vier Autoren wird anstatt der Namen der weiteren Autoren hinter dem Namen des ersten Autors et al. eingefügt.
  - Beispiel: Statt Burmann/Halaszovich/Piehler/Schade (2018) → Burmann et al. (2018)
- Besitzt die Quelle keine Seitennummerierung (z.B. bei Websites), geben Sie in der Fußzeile keine Seite(n) an.
- Fehlt der Quelle die Angabe des Publikationsjahres, geben Sie die Abkürzung „o.J.“ an.
- Bei wörtlichen Zitaten dürfen keine Veränderungen vorgenommen werden. Wörtliche Zitate werden durch Anführungsstriche begonnen und beendet. Auslassungen werden durch drei fortlaufende Punkte in eckigen Klammern [...] gekennzeichnet.
  - Beispiel: „Das ist ein [...] Zitat, in dem ein Teil rausgenommen wurde.“
- Englische Texte sollten bei einem wörtlichen Zitat nicht übersetzt, sondern in der Originalsprache übernommen werden. Texte in anderen Fremdsprachen als Englisch sollten übersetzt werden, die Übersetzung ist als nicht-wörtliches Zitat zu kennzeichnen.
  - **Grundsätzlich sollten Sie zu viele direkte Zitate vermeiden ((nur) geeignet für Definitionen).**

# Zitation von Abbildungen und Tabellen

- Je nachdem, ob eine Abbildung selbst erstellt oder kopiert ist, muss die entsprechende Quelle angegeben werden.

## Eigene Darstellung

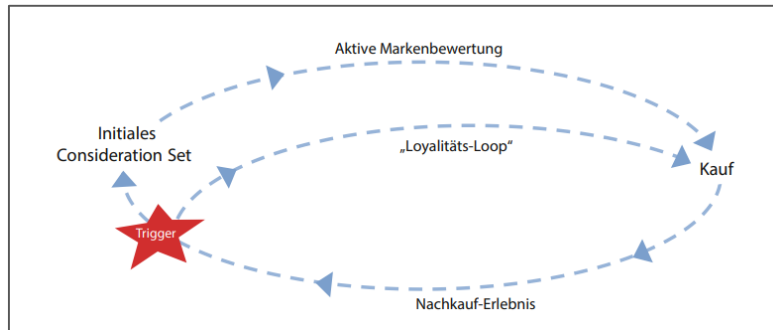


Abbildung 1: Modell der Consumer Decision Journey. (Eigene Darstellung)

## Abbildung nachgebaut/ ergänzt

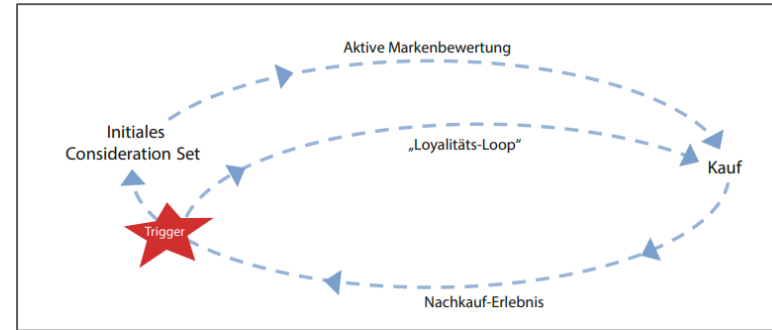


Abbildung 1: Modell der Consumer Decision Journey. (Eigene Darstellung in Anlehnung an Court et al., 2009, S. 20)

## Abbildung 1:1 übernommen

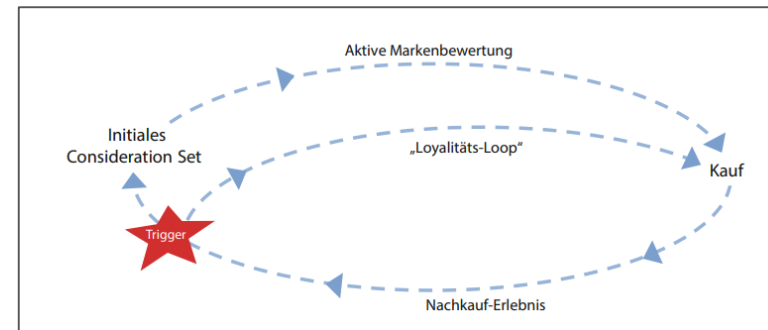


Abbildung 1: Modell der Consumer Decision Journey. (Court et al., 2009, S. 20)

## Literaturverzeichnis

- Quellen im Literaturverzeichnis sollen nach dem **APA-Stil** angegeben werden.
- Alphabetische Sortierung, keine Trennung in Bücher, Dissertationsschriften, Journal Artikel, Internetquellen usw.
- Bei mehreren Publikationen eines Autors, **älteste Quelle** zuerst nennen.
- Bei mehreren Publikationen eines Autors im gleichen Jahr, ergänzen Sie das Jahr um **Kleinbuchstaben** (a, b, c) in der Reihenfolge, wie die Quellen im Text erscheinen (Müller, 2020a; Müller 2020b).
- 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.
- 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.
Zeitschriftenartikel	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.
Internetquelle	Manager Magazin (2005). <i>AEG-Chronik – Niedergang einer Weltmarke</i> . <a href="http://www.managermagazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,389986,00.html">http://www.managermagazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,389986,00.html</a> . Zugegriffen: 27. Oktober 2019.

**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