

LEITFADEN FÜR DIE ERSTELLUNG EINER BACHELORARBEIT

Stand: Juli 2018

Wirtschaftsuniversität Wien - Department für Marketing
Institute for Marketing & Consumer Research

1020 Wien, Welthandelsplatz 1, Gebäude D2 / Eingang A / 2.OG,

Telefon: 313 36/4613 DW, Fax: 313 36 90 4613

E-Mail: mcore@wu.ac.at

WWW: <http://www.wu.ac.at/mcore>

VORWORT

Dieser Leitfaden beschreibt die Voraussetzungen sowie alle Arbeitsschritte für die Abfassung einer Bachelorarbeit am Institut für Marketing & Consumer Research an der Wirtschaftsuniversität Wien. Interessentinnen und Interessenten wird daher **dringend empfohlen**, vor der Bewerbung am Institut diesen Leitfaden **genau durchzulesen**. Wir sind davon überzeugt, dass dieser Fahrplan wesentlich dazu beiträgt, kostbare Zeit einzusparen.

Univ. Prof. DDr. Bernadette Kamleitner

1. Voraussetzungen für die Themenvergabe

Studierende der speziellen BWL „Consumer Research and Marketing Communication“ haben die Möglichkeit, ihre Bachelorarbeit an unserem Institut zu schreiben. Informationen über den Ablauf der Bearbeitung finden Sie auch unter <http://www.wu.ac.at/programs/bachelor/wiso/thesis> (Bachelorstudium WISO) und <http://www.wu.ac.at/programs/bachelor/wire/bachelorarbeit> (Bachelorstudium WIRE). Die Abfassung der Bachelorarbeit setzt die positive Absolvierung des Faches **Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens** voraus. Sie können entweder selbst ein Thema vorschlagen, das zu unseren Forschungsschwerpunkten passt oder aus einer Anzahl an Vorschlägen des Betreuers/der Betreuerin auswählen.

Eine **Bewerbung** ist frühestens nach Abschluss des Kurses 1 Konsumentenverhalten möglich. Für die *Ausarbeitung* einer Bachelorarbeit wird das Studium **folgender Literaturquellen** empfohlen:

1. **EBSTER, C.; STALZER, L. (2008):** Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 3. Auflage, facultas wuv, Wien.
2. **STICKEL-WOLF, C.; WOLF J. (2013):** Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 7.Auflage, Gabler, Wiesbaden.
3. **SESINK, W. (2012):** Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, 9. Auflage, Oldenbourg, München.

Für die Abfassung einer *empirischen* Arbeit sollten Sie unbedingt die folgende Quelle lesen:

4. **BORTZ, J.; DÖRING, N. (2006):** Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4. Auflage, Springer, Heidelberg.

2. Bachelorarbeitsthemen

Die **aktuellen Bachelorarbeitsthemen** sind auf unserer **Institutshomepage im Downloadbereich** unter **Lehre/Teaching > Bachelor > Bachelorarbeit** zu finden. Diese Liste wird laufend aktualisiert. Bei jedem Thema ist auch der Name des Institutsmitarbeiters/der Institutsmitarbeiterin vermerkt, der/die diese Bachelorarbeit wissenschaftlich betreut. Eigene Themen können vorgeschlagen werden, sofern sie zu den Forschungsschwerpunkten des Instituts zählen und/oder Themen einer Lehrveranstaltung betreffen.

3. Ablauf der Themenvergabe und der Themenbearbeitung

3.1. Themenvergabe

Laden Sie von unserer Website ebenfalls im Downloadbereich das **Bewerbungsformular** herunter. Tragen Sie in dieses Formular Ihre Daten ein und fügen Sie ein Passfoto hinzu. Das ausgefüllte Formular bringen Sie dann dem Betreuer/der Betreuerin oder schicken es ihm/ihr per E-Mail. Ihre Bewerbung wird in der nächsten Institutssitzung mit allen Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen besprochen, über die Vergabe entschieden und der/die mitbetreuende Assistent/in Ihrer Bachelorarbeit bestimmt (falls dieser nicht ohnehin schon aus der Online-Themenliste hervorgeht). Ab dem Zeitpunkt der Themenvergabe erwarten wir von Ihnen, dass Sie zügig am Thema arbeiten und den Zeitplan einhalten.

3.2. Literatursuche

Voraussetzung für die Durchführung einer aussagekräftigen Untersuchung ist die Kenntnis der jeweils zugrunde liegenden Theorie und der bisher durchgeführten Studien sowie deren Ergebnisse. Bitte beachten Sie, dass es am neuen Campus keine Institutsbibliothek mehr gibt. Sie finden alle Bücher im Bibliothekszentrum.

Sie sollten auf jeden Fall auch die im Internet angebotenen Suchdienste und -maschinen wie vor allem GOOGLE, sowie die elektronischen Datenbanken, mit denen man unter einem Schlagwort gezielt weltweit Literaturquellen zum Bachelorarbeitsthema suchen kann, nutzen. Beispiele hierzu wären EBSCO, Proquest, SSCI und wiso. All diese und viele weitere Services können über die Homepage der Bibliothek der Wirtschaftsuniversität Wien genutzt werden. Sollten Sie für Ihre Recherche Dissertationen, Bachelor- oder Diplomarbeiten von Absolvent/inn/en unseres Instituts benötigen, wenden Sie sich bitte an Ihren/Ihre Betreuer/in.

3.3. Abfassung der Bachelorarbeit

Vor der Abfassung des schriftlichen Textes der Bachelorarbeit ist dem/r zuständigen BetreuerIn ein **Proposal** zur Genehmigung vorzulegen. Dieses beinhaltet auf zwei bzw. auf maximal drei DIN A4-Seiten folgende Punkte:

- Titel der Arbeit
- Problemstellung/Forschungsfrage
- Zielsetzung
- Vorgehensweise/Methodik
- Grobdisposition
- Zeitplan
- Vorläufiges Literaturverzeichnis

Mit der Abfassung des Textes des theoretischen Teiles der Bachelorarbeit kann schon vor einer eventuellen Feldarbeitsphase und Datenauswertung begonnen werden, nur muss die Disposition auch in diesem Fall genehmigt sein.

Für das Schreiben des Bachelorarbeitstextes sollte ein modernes Textverarbeitungssystem (am besten MICROSOFT WORD) benutzt werden. Die Ergebnisse einer eventuell durchgeführten Studie sollten in möglichst anschaulichen Graphiken und Tabellen dokumentiert werden. Für die Anfertigung derartiger Graphiken sollte ein leistungsfähiges Grafikprogramm wie z.B. POWER POINT, HARVARD GRAPHICS oder EXCEL benutzt werden.

Bei der **Abfassung des Textes** sollte auf folgende Punkte geachtet werden:

- **Abstand 1½-zeilig.**
- **Blocksatz** erwünscht, aber kein "Muss".
- **Rechte** Seiten haben immer **ungerade** Seitennummern, **linke** Seiten haben immer **gerade** Nummern.
- **Hauptkapitel** (z.B. Theoretischer Hintergrund, Forschungsmethodik, Ergebnisse, usw.) müssen immer auf einer **rechten** Seite beginnen (ggf. leere Seite einfügen).
- Falls **Kopfzeilen** verwendet werden, sollten diese "gespiegelt" werden.
- **Seitenränder:** Bei einseitigem Druck: links 2 cm, rechts 2 cm. Bei doppelseitigem Druck: Linke Seite: links 2 cm, rechts 3 cm; Rechte Seite: links 3 cm, rechts 2 cm. Dieser Satzspiegel berücksichtigt den beim Binden meist entstehenden Falz in der Mitte der Arbeit! Am besten, Sie sehen sich eine der gebundenen wissenschaftlichen Arbeiten in unserer Institutsbibliothek an.
- **Hervorhebungen** im Text sind sparsam einzusetzen. Sie sind durch **Fettdruck oder Kursivschrift** vorzunehmen, Unterstreichungen sollten vermieden werden.

4. Zitierrichtlinien

Seriöse wissenschaftliche Arbeiten zeichnen sich u.a. dadurch aus, dass LeserInnen sofort und klar erkennen können, was vom Autor/ von der Autorin selbst stammt und was als fremdes Gedankengut übernommen wurde. Mittels Internet wird es leider immer leichter, Passagen oder sogar ganze wissenschaftliche Arbeiten herunterzuladen, den Namen des Autors/ der Autorin durch den eigenen zu ersetzen und fremdes geistiges Eigentum als eigenes auszugeben ("Copy and Paste-Problem"). **Plagiate sind kein „Kavaliersdelikt“ und können von uns, mit Hilfe von spezieller Software, relativ leicht und rasch entdeckt werden.**

Zitiervorschrift für alle wissenschaftlichen Arbeiten an unserem Institut ist die sog. **HARVARD-Methode**, die in internationalen Fachzeitschriften sowie in den meisten Fachbüchern verwendet wird. Orientieren Sie sich bei der Abfassung Ihrer eigenen Arbeit an den folgenden Richtlinien.

4.1. Literaturhinweise

Für Literaturhinweise ist das System des Kurzbelegs zu verwenden. Dabei gelten folgende Regeln:

- Die Quellenangabe erfolgt im Anschluss an die jeweilige Aussage in Form (Nachname Jahr), also z. B. (Scheuch 2007).
- Werden **wortwörtliche Zitate** in den Text eingebaut, so sind diese durch Anführungszeichen kenntlich zu machen. Das Zitat wird durch die Quellenangabe abgeschlossen.
- Die Quellenangabe für **Bücher** (auch Sammelbandbeiträge) erfolgt immer mit Seitenangabe, egal ob direktes oder indirektes Zitat. Z. B. „Unter sozialer Schicht oder Klasse wird eine Personenmehrheit mit gleichem sozialen Status verstanden“ (Scheuch 2007, S. 69). Oder: Unterschiedliche Verhaltensmuster verschiedener Personengruppen ermöglichen eine differenzierte Marktbearbeitung (Scheuch 2007, S. 69).
- Die Quellenangaben für **Zeitschriftenartikel** erfolgt nur bei direkten Zitaten mit Seitenangabe, bei indirekten Zitaten ist keine Seitenangabe zu machen.
- Falls sich das Zitat auch auf **die Folgeseite** bezieht, bitte ein f. einfügen, z.B. (Scheuch 2007, 59f.), bei mehreren Folgeseiten ff. (Scheuch 2007, S.59ff.).
- Bei **mehreren Autoren** werden die Namen durch einen Schrägstrich voneinander getrennt, also z. B. (Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2011). Zwei Autoren sind auch in nachfolgenden Zitaten immer vollständig anzuführen (Schweiger/Schrattenecker 2008), bei mehr als zwei Autoren wird nur der an erster Stelle genannte Autor im Text angeführt und zwar in Form (Meffert et al. 2011).
- Auch falls mehrmals in ununterbrochener Reihenfolge die gleiche Quelle zitiert wird, sollte aus Gründen der Klarheit die Quelle vollständig wiederholt werden, d.h. Abkürzungen wie „ebd.“ oder „op cit.“ sind nicht zulässig
- Sollen **mehrere Literaturhinweise** eingefügt werden, so sind diese alphabetisch zu ordnen und durch ein Semikolon voneinander zu trennen, also z. B. (Meffert et al. 2011; Scheuch 2007).
- Werden **mehrere Werke eines/r Autors/in**, die im **selben Jahr** publiziert wurden, zitiert, so werden diese mit kleingeschriebenen arabischen Buchstaben gleich nach der Jahresangabe gekennzeichnet, z.B.: Die Dissonanztheorie wurde von Festinger (1957a) entwickelt und empirisch überprüft (1957b).
- In diversen Zeitschriftenartikeln oder z.B. Marktforschungsberichten scheint oft der Name des Verfassers nicht auf. Derartige Quellen sind mit dem Kürzel „o.V.“ (**ohne Verfasser**) zu kennzeichnen.
- Gibt es mehrere Quellen ohne Verfasser aus einem Jahr, sind diese durch Kleinbuchstaben voneinander zu unterscheiden, z.B. o.V. 2012a, o.V. 2012b usw.

- Wird ein Autor im Text namentlich erwähnt, folgt unmittelbar ein Verweis auf die jeweilige Publikation mit Jahresangabe in Klammern, es sei denn, es folgt ein Zitat mit entsprechender Literaturangabe, z.B. Schweiger (1985) verwendet Bilder zur Iagemessung.
- Im Literaturverzeichnis ist diese Quelle vollständig anzuführen.
- Sekundärzitate sind grundsätzlich zu vermeiden. Wenn Sie in einem Text ein interessantes Zitat eines anderen Autors finden, prüfen Sie dies immer im Original und zitieren Sie dann aus der Primärquelle. Werden trotzdem Sekundärzitate verwendet, werden diese mit dem Hinweis zitiert nach und der Sekundärquelle gekennzeichnet. Z.B. „Sozial erwünscht zu reagieren bedeutet entsprechend der Erwartungen zu reagieren, dass die Art der Reaktion die Zustimmung einer sozialen Gruppe findet“ (Mummendy 1981, S.199, zitiert nach Amashauffer 2012, S.107). Im Literaturverzeichnis wird nur die Sekundärquelle angegeben.
- Bei **Internetquellen** ist die Zitierweise prinzipiell gleich wie bei Zeitschriftenartikeln.
- Bei Quellen, die keinen Autor bzw. Herausgeber ausweisen, kommt 'o.V. ' zum Einsatz und die Jahresangabe wird alphabetisch durchnummeriert (o.V. 20012a). Auch bei Youtube-Links o.ä. kommt 'o.V. ' zum Einsatz.
- Bei Unternehmenswebseiten wie z.B. Wirtschaftskammer Österreich sollte das Unternehmen angeführt werden (z.B. WKO 2012b).
- Auf das Einfügen von Fußnoten und Endnoten wird bei der HARVARD-Zitiermethode grundsätzlich verzichtet. Unbedingt notwendige Zusatzerläuterungen, die den Fluss des fortlaufenden Textes stören würden, können an entsprechender Stelle im Text durch ein Endnotenzeichen in Form von eckigen Klammern, also z.B. [1], gekennzeichnet werden und die Anmerkung ist am Ende des Textes vor dem Literaturverzeichnis als Endnote zu formulieren. Von dieser Möglichkeit sollte nur sparsam Gebrauch gemacht werden.

4.2. Literaturverzeichnis

Alle in der Bachelorarbeit verwendeten Literaturquellen sind, alphabetisch angeordnet, in einem Literaturverzeichnis vollständig anzuführen.

- **Bücher:**
 - 1. *Auflage, ein Autor:*
Esch, F. (2003): Strategie und Technik der Markenführung, Vahlen, München.
 - 2. *oder spätere Auflage, ein Autor:*
Esch, F. (2004): Strategie und Technik der Markenführung, 2.Auflage, Vahlen, München.
(bitte Zusätze wie neue und erweiterte Auflage oder ähnliches nicht zitieren)
 - Zwei oder mehrere Autoren:*
Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2008): Marketing, Gabler, Wiesbaden.

- **Herausgeberwerke:**
Schweiger, G. (Hrsg.) (1988): Österreichs Image im Ausland, Norka-Verlag, Wien.
- **Aufsätze in Sammelwerken:**
Kurz, H. (1988): Das Image Österreichs im Ausland, in: Schweiger, G. (Hrsg.): Österreichs Image im Ausland, Norka-Verlag, Wien, 62 - 119.
- **Aufsätze in Zeitschriften:**
Peschta T., Reutterer T., Mayerhofer W. (2011): Der Einfluss von Kundenzufriedenheit auf die Kundenloyalität, in: Transfer - Werbeforschung & Praxis, Heft 3/2011, 6 – 19.
Pfau M., Haigh M., Sims J., Wigley S. (2008): The Influence of Corporate Social Responsibility Campaigns on Public Opinion, in: Corporate Reputation Review, Vol. 11 (2), 145 – 154.
- **Internetquellen:**
Pearce F. (2008): Greenwash: BP and the myth of a world 'Beyond Petroleum', <http://www.guardian.co.uk/environment/2008/nov/20/fossilfuels-energy>, Abruf am 25.07.2012.
o.V. (2012a): Pepsi, <http://ca.youtube.com/watch?v=Jj7iwxMzxHA>, Abruf am 25.07.2012.
o.V. (2012b): Pepsi vs. Coca, <http://www.youtube.com/watch?v=pfyQGIZ3UPY&feature=related>, Abruf am 25.07.2012.
ORF(2012): Schlecker: Finanzlage spitzt sich zu, <http://oesterreich.orf.at/stories/2542770/>, Abruf am 25.07.2012.
(Wenn die Seite keinen klaren Titel hat, wird nur der Link angegeben.)
- Mehrere Autoren und/oder Herausgeber werden durch ein Semikolon getrennt.
- Bei mehreren Titeln eines Autors aus demselben Erscheinungsjahr ist der Zusatz a, b usw. hinter der Jahreszahl einzufügen.
- Falls keine Autoren bekannt sind, sind diese durch 'o.V.' kenntlich zu machen. Fehlende Angaben des Veröffentlichungsjahrs werden durch 'o.J.' und fehlende Angaben des Publikationsorts durch 'o.O.' gekennzeichnet.
- Sollte eine Quelle mit mehreren Verlagsorten erschienen sein, so ist dies in folgender Form anzuführen: Mayerhofer W. (1995): Imagetransfer, Service Fachverlag, Wien et al.
- Für noch nicht erschienene, aber in Arbeit befindliche Werke gilt folgende Regel:
Musterfrau B. (in Arbeit): Die Wirkung von Anzeigen in Wirtschaftsmagazinen, Diplomarbeit an der WU Wien.

5. Gestaltung von Tabellen und Abbildungen

Generell sind folgende Punkte zu beachten:

- **Abbildungen** sind Grafiken mit Balken-, Linien-, Stab-, Kreis- oder sonstigen Diagrammen oder Kopien von Werbemitteln (Anzeigen, TV-Storyboards), also Darstellungen, die **Bildinformationen** beinhalten.
- **Tabellen** sind Darstellungen, die ausschließlich **Text und/oder Zahlen** beinhalten.
- Alle Abbildungen und Tabellen sind fortlaufend zu nummerieren (Abb. 1 bis Abb. n sowie Tab. 1 bis Tab. n).
- Weniger wichtige bzw. umfangreiche Abbildungen und Tabellen, die für das Verständnis von Ausführungen im Text nicht unmittelbar erforderlich sind, sollten in einen Abbildungs- bzw. Tabellenanhang gegeben werden.
- Jede Abbildung bzw. Tabelle sollte so gestaltet sein, dass sie auch ohne Lektüre des dazugehörigen Textes **verstanden und interpretiert** werden kann! Denken Sie daran, dass wichtige Testergebnisse z.B. in Vorträgen, in Lehrveranstaltungen verwendet oder auf der Website des Instituts bzw. im m.core Forschungsnewsletter oder der Fachzeitschrift „transfer – Werbeforschung und Praxis“ veröffentlicht werden könnten.

Abbildungen und Tabellen sollten daher folgende **Informationen** beinhalten:

- Eine eindeutige Überschrift, die den/die LeserIn unmissverständlich über den Inhalt informiert.
- Eine Angabe über die verwendeten Maßeinheiten (absolute Häufigkeiten, Prozentwerte, Euro, Mittelwerte usw.)
- Bei Abbildungen und Tabellen zu den Ergebnissen der eigenen Umfragen oder Tests die Angabe der Stichprobengröße (z.B. Basis: 260 Befragte), Ort und Zeitraum der Studie (z.B. schriftliche Umfrage in Wien, Juli 2012).
- Bei Ergebnissen zu Ratingskalen unbedingt Lesehilfe zur Skala (Beispiel: 1=trifft überhaupt nicht zu bis 6=trifft völlig zu).

6. Abgabe der fertigen Arbeit

Nach Abfassung des gesamten Textes Ihrer Arbeit ist diese in *elektronischer Form* (Word und pdf) dem/der BetreuerIn zur Begutachtung vorzulegen. Verwenden Sie als Deckblatt ausschließlich das offizielle **Deckblatt** der WU Wien für Bachelorarbeiten, das Sie sich unter <http://www.wu.ac.at/programs/bachelor/wiso/thesis> von der WU-Website herunterladen können. Laden Sie sich auch das **Beurteilungsprotokoll** herunter und legen Sie dieses ausgefüllt ebenfalls der Bachelorarbeit bei. Die Arbeit muss auch den gesamten Anhang (Tabellen, Fragebogen, Befragungshilfen, Literaturverzeichnis usw.) beinhalten. Bei *empirischen Arbeiten* sollten im Anhang auch die für komplizierte Analysen verwendeten SPSS-Prozeduren dokumentiert sein. In der Regel sollten aber keine Printouts beigefügt werden

Sie müssen die Endfassung der Bachelorarbeit auch elektronisch auf Learn@WU abgeben. Alle Infos dazu finden Sie im Learn@WU-Guide. Zusätzlich kann Ihr/e Betreuer/in ein Exemplar in Hard Copy verlangen. Alle zur Beurteilung abgegebenen Arbeiten werden einer Plagiatsprüfung unterzogen.

Für die Beurteilung der Bachelorarbeit hat der/die Betreuer/in einen Monat ab dem Abgabedatum Zeit. Sie erhalten entweder persönlich (im Rahmen eines Betreuungstreffens) oder schriftlich ein Feedback zu Ihrer Arbeit und eine Begründung für die Notengebung.

Und eventuell ein (ist vom jeweiligen Betreuer und vom Thema abhängig):

- **Abstract lang** (ca. 1-2 A4 Seiten, 12 Punkt Arial, eineinhalb zeilig, inklusive dazugehöriger Graphik oder Tabelle,*.doc Format)¹⁾ und/oder ein
- **Abstract kurz** (ca. 400 - 600 Zeichen,*.doc Format).

Bei *empirischen* Arbeiten sind zusätzlich abzugeben:

- Alle verwendeten **Datensätze** (SPSS)
- **Fragebögen** und **Befragungshilfen**
- Alle sonstigen verwendeten **Materialien** (Anzeigen, Packungen, etc.)

¹⁾ Die einseitige Kurzfassung der Bachelorarbeit (Zielsetzung, methodische Vorgangsweise, Ergebnisse im Überblick, Konsequenzen für Praxis und Wissenschaft) dient als Beilage zur offiziellen Einreichung (das Formblatt ist in den Einreichungsunterlagen enthalten). Diese Kurzfassung kann gegebenenfalls auch bei der Einreichung der Arbeit zu diversen Preisen (z.B. WWG-Preis, REHAU-Preis, SALLINGER-Preis) verwendet werden. Die VerfasserInnen sehr guter Arbeiten werden auch eingeladen, einen Artikel über ihre Arbeit in der **Fachzeitschrift transfer – Werbeforschung & Praxis** zu publizieren. Bei besonders interessanten Ergebnissen ist auch eine Presseaussendung über die "Highlights" der Studie auf einer Seite DIN A4 zu verfassen. Zusätzlich werden ausgewählte Abstracts im m.core-Forschungsnewsletter und/oder auf der Website des Instituts veröffentlicht.