

Formale Richtlinien und Hinweise zum Layout für Diplomarbeiten und Seminararbeiten am Lehrstuhl für ABWL und Marketing I

Schriftart: Times New Roman (12 pt)

Absatzformat: 1,5-zeilig (Einstellen: Format/Absatz/Zeilenabstand "1,5 Zeilen"), Blocksatz, Automatische Silbentrennung, keine automatischen Abstände verwenden.

Seitenformat:

- Seitenränder: 2,5 cm rechts und links; 3 cm oben; 2 cm unten
- Zwischen den Abschnitten bzw. nach einem Abschnitt und der folgenden Überschrift ist eine Leerzeile einzufügen (bitte keine Abstände über „Abstand nach“ oder „Abstand vor“)

Seitenaufbau von

Fließtext und

Verzeichnissen:

- Kopfzeilenbereich (gemäß Referenz)
- Text/Abbildungen (gemäß Referenz)
- Fußnotenbereich (gemäß Referenz)

Gliederung:

Die Arbeit soll dekadisch gegliedert sein (z.B. 2.1; 2.1.1; 2.1.2; 2.2 etc.). Vermeiden Sie tiefgehende Gliederungen; mehr als 3 Gliederungsstufen sollte Ihre Arbeit nicht enthalten, allerdings kann bei Diplomarbeiten gelegentlich eine tiefer gehende Gliederung zweckdienlich sein. Eine Untergliederung von Gliederungspunkt 1 (z.B. 1.1 und 1.2) ist weder erforderlich noch gewünscht.

Absatzbildung: Nehmen Sie außerdem von einer ausgeprägten Absatzbildung Abstand; orientieren Sie sich an der Regel „Absatz = Darstellung eines abgegrenzten Sachverhaltes“.

Kapitel-

überschriften: Wählen Sie ihre Kapitelüberschriften überlegt:

- Geben Sie den Kapitelinhalt in wenigen prägnanten Worten und nicht in ganzen Sätzen wieder.
- Vermeiden Sie Allgemeinplätze wie „Einleitung“ oder „Schluss“; Ihre Überschriften sollten zwar präzise sein, aber stets ausreichend Inhalt transportieren. Die Überschriften der einzelnen Gliederungspunkte sollten inhaltsbezogen formuliert werden (NICHT: Einleitung, Hauptteil, Schluss).

Schriftgröße:

- Beispiel für Überschriften:
3 Text in normaler Schrift (14 pt) und fett
3.1 Text in normaler Schrift (12 pt) und fett
3.1.1 Text in normaler Schrift (12 pt) und fett
Text Text Text Text Text Text Text ...
- Lauftext in Schriftgröße 12 pt
- Keine Abstände zwischen den Überschriften, aber 1,5 Zeilenabstand.
- Zwischen Ziffer und Text in der Überschrift bitte einen Tabulator (1,25 cm; kein Leerzeichen) einfügen.
- Nach der Überschrift ist keine Leerzeile einzufügen.

Fußnoten:

- Fußnoten sind nach den Satzzeichen einzufügen (.¹ oder ,²).
- Fußnote in Schriftgröße 10 pt.

- Zeilenabstand „Einfach“.
- Beispiel: Name (1992), S. 7 ff.; NameA/NameB (1996), S. 100.
- Bei mehr als drei Autoren: NameA et al. (1980), S. 100.
- Jede Fußnote mit . (Punkt) beenden.
- Bei Fußnoten über mehrere Zeilen bitte die weiteren Zeilen auf die Höhe des Textbeginns der ersten Zeile einrücken.
- Bei der Angabe mehrerer Quellen diese chronologisch ordnen.
- Die Unterscheidung zwischen wörtlich und sinngemäß zitierten Quellen wird in den Fußnoten kenntlich gemacht, indem sinngemäßen Zitaten die Abkürzung „Vgl.“ vorangestellt wird. Bei wörtlichen Zitaten erfolgt keine Voranstellung von „Vgl.“ – es werden direkt der Autor sowie die weiteren Angaben angeführt.

Zitierpflicht:

Greifen Sie in Ihrer Arbeit sinngemäß oder wörtlich das Gedankengut von Dritten auf, so sind Sie *verpflichtet*, die betreffenden Textpassagen entsprechend zu *kennzeichnen*! Erfolgt diese Kennzeichnungen nicht, erzeugen Sie Plagiat, woraus mindestens eine Abwertung Ihrer Arbeit und im äußersten Fall eine Bewertung von dieser mit der Note „mangelhaft“ folgt.

Sämtliche Aussagen in der Arbeit müssen durch Literaturquellen belegt werden; es reicht also nicht, nur am Ende eines Absatzes oder Unterkapitels einen Verweis anzuführen, der sich auf alle in diesem Abschnitt getätigten Aussagen bezieht. Bestehen unterschiedliche Quellen um einen Sachverhalt zu belegen, können und sollten diese auch angeführt werden.

Zitate:

Wörtliche Zitate sind durch Anführungszeichen „...Zitat...“ zu kennzeichnen. Ist der Satz nach dem Zitat beendet, so gilt die folgende Reihenfolge: Anführungszeichen oben, Punkt, Fußnote („¹“). Zwischen Erst- und Folgezitaten ist keine Unterscheidung vorzunehmen.

Zitierfähige

Literatur:

Zitierfähig sind grundsätzlich alle Quellen, für deren Heranziehen ein sachlicher Grund besteht. Vorwiegend sollte jedoch wissenschaftlicher

Literatur in die Arbeit eingehen sowie ergänzend Literatur zur Marketingpraxis. Populärwissenschaftliche Quellen sind nur in Ausnahmefällen zu verwenden. Das Zitieren aus Vorlesungsskripten und Quellen wie Wikipedia ist zu vermeiden. Zudem sollte nach Möglichkeit die Originalquelle zitiert werden und nicht aus zweiter Hand.

Hervorhebungen: Autorennamen sind im Fließtext kursiv hervorzuheben. Des Weiteren sollte im Text sparsam mit *Hervorhebungen* umgegangen werden. Wenn diese unvermeidbar sind, dann bitte nicht fett und keine KAPITÄLCHEN, sondern *kursiv*.

Die Textauszeichnung fett lediglich zur Hervorhebung der etwaigen (nicht nummerierten) Überschrift eines Absatzes.

Eingerückter Text: Bitte auf die Einhaltung gleicher Tabulatoren bei eingerücktem Text achten, z.B. bei Aufzählungszeichen, Überschriften, Abbildungsbeschriftungen.

Tabelle und Abbildungen:

- Bitte binden Sie Abbildungen und Tabellen in den Text ein und speichern diese bitte zusätzlich als ppt-Datei ab, falls diese nicht mit Word erstellt wurden.
- Bitte erstellen Sie die Abbildungen oder Tabellen mit Hilfe der unten angegebenen Software.
- Fügen Sie Abbildungen und Tabellen, die Sie aus anderen Quellen übernehmen, nicht als Kopie in die Arbeit ein, sondern erstellen sie diese mit Hilfe der angegebenen Software selbst.
- Schriften in Abbildungen und Tabellen bitte ebenfalls in Times New Roman. Für die Schriftgröße bestehen keine festen Vorgaben; sie sollte lediglich in einem angemessenen Verhältnis zur Zeilengröße der Tabellen bzw. den benannten Abbildungsteilen stehen und gut lesbar sein.
- Verzichten Sie auf Schraffierungen und Farben in den Abbildungen und Tabellen.

- Abbildungen und Tabellen sind mit einer Abbildungslegende wie folgt zu versehen (linksbündig, fett, 10 pt):

Beispiel: **Abbildung 1: Positionierungsmodell¹**

- Die Beschriftung von Abbildungen und Tabellen erfolgt unter derselben (linksbündig).
- Die Abbildungslegende ist nicht mit einem Punkt abzuschließen.
- Verweisen Sie bitte im Text auf die *Abbildung 1* oder *Tabelle 2* in kursiver Schrift. Bei diesen Verweisen, ebenso in der Abbildungslegende sind die Worte „Abbildung“ und „Tabelle“ nicht abzukürzen.
- Die Quelle der Abbildung oder Tabelle ist in einer Fußnote anzugeben.

Beispiel Fußnote: ¹Eigene Abbildung in Anlehnung an NameA (2002), S. 1.

- Unterstützen Abbildungen und Tabellen die Darlegungen im Fließtext unmittelbar, sind sie in diesen einzubinden. Ergänzen sie diese Darlegungen lediglich, sind sie in den Anhang aufzunehmen. Sachverhalte die sich besser durch zwei, drei prägnante Sätze ausdrücken lassen, sollten auch auf diese Weise dargestellt werden. In diesem Fall ist auf den Einsatz von Grafiken und Tabellen zu verzichten (es sollte abgewogen werden).

Verzeichnisse:

- Für Inhaltsverzeichnis, Tabellenverzeichnis und Abbildungsverzeichnis sind je ein automatisches Verzeichnis anzulegen (Anlegen durch Einfügen/Referenz/Index und Verzeichnisse und entsprechendes Verzeichnis auswählen).
- Für Überschriften und Text der Verzeichnisse gelten auch hier die oben genannten Formatangaben.
- Auch hier bitte die Worte „Abbildung“ und „Tabelle“ nicht abkürzen. Nach „Abbildung X“ bzw. „Tabelle Y“ folgt ein Doppelpunkt. Zwischen Text und Seitenzahl Füllzeichen (entsprechend der Voreinstellung der automatischen Verzeichnisse) verwenden. Beispiel für den Text eines Verzeichnisses:

Abbildung 1: Hypothesensystem des Gesamtmodells	21
Abbildung 2: Pfadkoeffizienten des Strukturmodells	33

- Des Weiteren ist ein Abkürzungsverzeichnis über die verwendeten Abkürzungen zu erstellen.

Reihenfolge:

Folgende Reihenfolge ist bei der Erstellung der Arbeit zu beachten:

- Titelblatt (siehe Vorlage)
- Abstract (wird nicht im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Inhaltsverzeichnis (ohne Gliederungsnummer)
- Abkürzungsverzeichnis (ohne Gliederungsnummer im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Abbildungsverzeichnis (ohne Gliederungsnummer im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Tabellenverzeichnis (ohne Gliederungsnummer im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Dekadisch gegliederte Kapitel (mit Gliederungsnummern im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Literaturverzeichnis (ohne Gliederungsnummer im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Anhang (ohne Gliederungsnummer im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)
- Eidesstattliche Versicherung über eigenständige Anfertigung der Arbeit (wird nicht im Inhaltsverzeichnis aufgeführt)

Seitenzahlen:

- Die Seitennummerierung beginnt mit Seite 1 auf der ersten Seite des Inhaltsverzeichnisses und endet auf der letzten Seite des Anhangs.
- Bitte für Titelblatt und Abstract keine Seitenzahlen verwenden.

- Die Einteilung eines Dokuments in verschiedene Abschnitte, die unterschiedlich nummeriert werden, ist über die Funktion Einfügen/Manueller Umbruch/Abschnittsumbruch möglich.
- Die Formatierung der Seitenzahlen erfolgt mittels der Funktion Einfügen/Seitenzahlen/Format.

Kopfzeile:

In der ersten Zeile der Kopfzeile ist der volle Name (Vor- und Nachname) des Autors zu nennen, die zweite Zeile beinhaltet den Titel der Arbeit. Format: 12pt, linksbündig, sowie nur die 1. Zeile (Autor) **fett**. Die Kopfzeile wird durch eine Linie abgeschlossen (siehe bspw. dieses Dokument).

Titelblatt:

Titelblatt bitte entsprechend dem Beispiel am Ende dieses Dokuments gestalten.

Abstract:

Der Arbeit soll ein Abstract vorangehen (ca. eine Seite), welches am Ende fünf Schlagwörter zu den wichtigsten Facetten enthält.

Textplatzierung:

- Setzen Sie keinen Text zwischen die Überschrift eines übergeordneten Kapitels und die Überschrift des unmittelbar folgenden Unterkapitels. Der Text beginnt stets auf der untersten Gliederungsebene.
- Sorgen Sie ebenfalls dafür, dass der letzte Satz bzw. die letzte Zeile eines Absatzes nicht alleine auf der Folgeseite steht.

Literaturhinweise:

Die vollständige Quellenangabe soll dem Literaturverzeichnis (in alphabetischer Reihenfolge, nicht nach Kategorien Bücher, Beiträge etc. getrennt) am Ende des Beitrags zu entnehmen sein.

Das Format der einzelnen Angaben dort bitte in folgender Form:

Angabe von Büchern:

Roth, Erwin (1972): Werteinstellungstest, Berlin.

Angabe von Beiträgen in Sammelwerken:

Silberer, Günter (1993): Einstellungen und Werthaltungen, in: Irle, Martin (Hrsg.): Marktpsychologie als Sozialwissenschaft, Göttingen, S. 533-652.

Angabe von Beiträgen in Zeitschriften:

Guenther, Thomas; Mattmüller, Roland (1993): Möglichkeiten und Grenzen der Regaloptimierung im Handel, in: Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis, 15 Jg., Nr. 2, S. 77-86.

- Hier gilt, anders als bei den Fußzeilen, auch mehr als drei Autoren sollen ausgeschrieben werden:

Washburn, Judith H.; Till, Brian D.; Priluck, Randi (2000): Co-Branding: Brand equity and Trial Effects, in: Journal of Consumer Marketing, Vol. 17, No. 7, S. 591-604.

- Bitte bei englischen Beiträgen die Regeln der Großschreibung in englischen Überschriften beachten:

MacKenzie, Scott B.; Lutz, Richard J.; Belch, George E. (1986): The Role of Attitude Toward the Ad as a Mediator of Advertising Effectiveness: A Test of Competing Explanations, in: Journal of Marketing Research, Vol. 23, No. 2, pp. 130-143.

Angabe von Internetquellen:

IEG Sponsorship Report (2004): Sponsorship Spending Worldwide, <http://www.sponsorship.com/Learn/worldwidespending.asp>, Letzter Abruf: 27. Februar 2005.

- Anmerkung: Das am Schluss der Literaturangabe von Internetquellen genannte Datum bezeichnet das Abrufdatum.

Quellen vom selben Autor sind entsprechend des folgenden Beispiels aufzulisten:

Pugh, Derek S.; Hickson, David J. (1989): *Writers on Organizations*, 4th Edition, Newbury Park.

Pugh, Derek S.; Hinings, Christopher R. (1976): *Organizational Structures, Extensions and Replications*. The Aston Programme II, Westmead.

Pugh, Derek S.; Payne, Roy L. (1977): *Organizational Behaviour in Its Context*. The Aston Programme III, Westmead.

Pugh, Derek S.; Hickson, David J.; Hinings, Christopher R.; Turner, Christopher (1968): *Dimensions of Organization Structures*, in: *Administrative Science Quarterly*, Vol. 13, pp. 65-105.

Bitte beachten:

Mehrere Autoren in der Referenz durch “;“ (Semikolon) trennen.

Jede Quellenangabe mit “.“ (Punkt) beenden.

Eidesstattliche

Versicherung:

Der Arbeit ist als letzte Seite eine unterschriebene eidesstattliche Versicherung anzufügen, welche den folgenden Text beinhalten sollte:

Ich versichere, dass ich die Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder anderen Quellen entnommen sind, sind als solche eindeutig kenntlich gemacht. Die Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch nicht veröffentlicht und noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt worden.

(Vorname, Nachname)

Umfang: Für eine empirische Diplomarbeit sollte eine Länge von **80-100 Seiten** (ohne Verzeichnisse und Anhang) angestrebt werden. Größere Umfänge sind mit dem Betreuer abzusprechen.

Für eine empirische Seminararbeit ist ein Umfang von 20 Seiten pro Person (also 40 Seiten pro Teams) anzustreben.

Tabellen und Grafiken sollten in den Text eingebunden sein.

Software: Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Excel

Rechtschreibung,

Interpunktion

und Grammatik:

Achten Sie beim Anfertigen Ihrer Arbeit eingehend auf die gültigen Regeln der deutschen Sprache. Verlassen Sie sich in Sachen Rechtschreibung, Interpunktion und Grammatik nicht allein auf Ihre eigenen Kenntnisse, sondern lassen Sie Ihre Arbeit von mindestens einer weiteren Person Korrektur lesen.

Abgabe:

Die Diplomarbeit ist in zweifacher Ausfertigung in gebundener Form beim Prüfungsamt Wirtschaftswissenschaften abzugeben. Des Weiteren ist eine digitale Version der Diplomarbeit (Word- und pdf-Datei) sowie sämtliche Daten und Auswertungsdateien dem Lehrstuhl auf CD abzugeben.

Bei Diplomarbeiten soll ein einseitiges Summary mit der zentralen Forschungsfrage, der Vorgehensweise und den zentralen Erkenntnissen gleich hinter dem Themendeckblatt und damit ohne Seitenzahl enthalten sein. Außerdem müssen Sie eine eigenhändig unterschriebene Versicherung abgeben, deren Wortlaut Sie der Prüfungsordnung §21 Absatz 7 entnehmen.

Die Abgabe der Seminararbeit erfolgt in einfacher gedruckter Version geheftet mit Heftflasche (zzgl. Angabe wer welchen Teil der Arbeit angefertigt hat) und als digitale Version im Word-Format zzgl. Abstract noch einmal separat im Word-Format (per Email) am Stichtag am Lehrstuhl. Weiterhin sind Auswertung und Rohdaten als Datei per Email abzugeben.

Titel

DIPLOMARBEIT

vorgelegt am
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing I
Univ.-Prof. Dr. Frank Huber
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Betreuer/in:

von
cand. rer. oec. Vorname Name
Straße
Ort
9. Fachsemester BWL
Matrikelnummer
Email
Telefonnummer

Mainz, 25. Januar 2010

1 **Der Produktinnovationsprozess als Katalysator der Neuentwicklung von Leistungen**

Die Thematik der Entwicklung von Produktinnovationen¹ stellt Umfragen unter Verantwortlichen zufolge für die Praxis eines der problematischsten Gebiete dar.² Der Umsatzanteil neuentwickelter Produkte steigt,³ Flopraten sind hoch,⁴ Produktlebenszeiten sind rückläufig,⁵ und auch steigende Produktentwicklungszeiten⁶ mindern die Problematik nicht. Um zumindest die empfundene Herausforderung zu lindern, finden sich in der Literatur vielfältige Hilfestellungen zur Strukturierung des Produktinnovationsprozesses.⁷ Auch wenn die Einteilung in Phasen nicht unumstritten ist, und ebenfalls die Art der Einteilung variiert,⁸ so werden generell folgende Phasen ausgemacht (vgl. *Abbildung 1*), wobei auch ein Überlappen der Phasen möglich ist:⁹

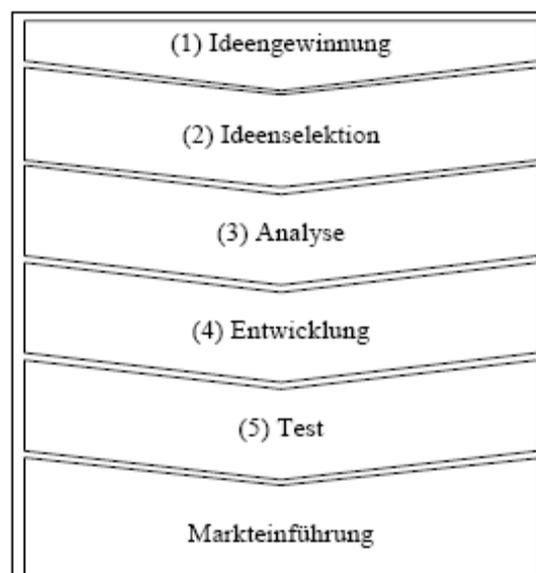


Abbildung 1: Phasen des Produktinnovationsprozesses¹⁰

¹ Zur näheren Definition von Produktinnovation vgl. Meffert (2000), S. 375.

² Vgl. Simon (1992), S. 8.

³ Vgl. Page (1993), S. 273.

⁴ Vgl. Meffert (2000), S. 378.

⁵ Vgl. Bullinger (1989), S. 16.

⁶ Vgl. Bullinger (1989), S. 16.

⁷ Vgl. Meffert (2000), S. 382.

⁸ Vgl. Berger (1998), S. 35 ff.

⁹ Vgl. Kotler/Bliemel (2001), S. 520.

¹⁰ Eigene Darstellung in Anlehnung an Schmitt-Grohé (1972), S. 53.