

# Richtlinien zur formalen Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten

## Stand: Juli 2025

### 1. Einzureichende Exemplare und Dateien, Umfang

Die Abgabe der wissenschaftlichen Arbeit hat fristgemäß im Lehrstuhlsekretariat zu erfolgen. Es gelten folgende Richtlinien:

	Bachelorseminararbeit	Masterseminararbeit	Bachelorarbeit	Masterarbeit
Ausfertigung schriftlich	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spiralbindung</li> <li>• 2-fach</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfache Klebebindung</li> <li>• 2-fach</li> <li>• Muss eidesstattliche Erklärung enthalten (s. Kapitel 9)</li> </ul>	
Ausfertigung elektronisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf USB-Stick/per E-Mails                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1 x PDF-Datei</li> <li>○ 1 x PDF-Datei anonymisiert (ohne Angabe personenbezogener Daten wie Name, Matrikelnummer etc.)</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf USB-Stick/per E-Mails                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 1 x PDF-Datei</li> <li>○ 1 x PDF-Datei anonymisiert (ohne Angabe personenbezogener Daten wie Name, Matrikelnummer etc.)</li> <li>○ Datengrundlage (Fragebögen etc.)</li> <li>○ Bei empirisch quantitativer Arbeit: CSV-Datensatz und R-Code</li> <li>○ Bei Experimenten: Codebook, Fragebogen, Projekt-Datei und Auszahlungsnachweis für Incentives</li> <li>○ Bei empirisch qualitativer Arbeit: Transkripte oder Zusammenfassungen der Interviews</li> </ul> </li> </ul>	
Erwarteter Umfang und tolerierte Abweichung	15 Textseiten <sup>b</sup> +/- 10% <sup>c</sup>	15-18 Textseiten <sup>b</sup> +/- 10% <sup>c</sup> Literaturtabelle in den Anhang.	25 Textseiten <sup>b</sup> +/- 10% <sup>c</sup>	50 Textseiten <sup>b</sup> +/- 10% <sup>c</sup>

<sup>a</sup> Bitte mit dem Betreuer abstimmen

<sup>b</sup> versteht sich exklusive Titelblatt, Gliederung und Verzeichnisse, aber inklusive Abbildungen und Tabellen

<sup>c</sup> Ein Umfang außerhalb der tolerierten Abweichung muss mit dem Betreuer abgestimmt werden

Wird eine anonymisierte Fassung der Arbeit nicht eingereicht, kann von Seiten des Lehrstuhls nicht gewährleistet werden, dass zwecks Plagiatsabgleich eine Anonymisierung erfolgreich durchgeführt werden kann. Einen Plagiatsabgleich behält sich der Lehrstuhl dennoch vor.

## **2. Sprache**

Alle Arbeiten können in deutscher oder englischer Sprache angefertigt werden. Die Sprache der Arbeit sollte mit der Betreuerin oder dem Betreuer zuvor abgesprochen werden.

Bitte benutzen Sie gendergerechte Sprache. Hierfür benutzen Sie bitte die Richtlinien des KIT.

## **3. Seitenformat**

- Format: DIN A4
- Seitenränder:
  - Oben: 2,5 cm
  - Unten: 2,0 cm
  - Links: 2,5 cm
  - Rechts: 2,5 cm

## **4. Schrift, Zeilenabstand, Layout, Fußnoten**

Die Schriftgröße im Text, Inhaltsverzeichnis etc. muss 12 Punkte betragen. Ausnahmen hiervon sind Kapitel- und Abschnittsüberschriften, deren Schriftgrößen und -typ zwecks der Veranschaulichung der Gliederungsebenen gestuft werden können (mind. jedoch 12 Punkte). In Abbildungen und Tabellen muss die Schriftgröße mindestens 10 Punkte betragen. Die Arbeit (Text, Inhaltsverzeichnis etc.) ist in 1,5-zeiligem Abstand zu schreiben. Vor Absätzen sind 6 Punkte Extra-Abstand zu lassen (Format-Absatz-Abstand vor: 6 Pt.). Ein Absatz entspricht einem Gedanken. Absätze sind im Blocksatz zu gestalten und müssen mindestens aus zwei Sätzen bestehen. Fußnoten sind in einer wissenschaftlichen Arbeit im Fach Marketing unüblich. Sie sollten nur in begründeten Ausnahmefällen verwendet werden (ggfs. mit Betreuerin oder Betreuer absprechen).

## **5. Inhaltsverzeichnis und Gliederung**

Die Gliederung muss in numerischer Ordnung nach dem Abstufungsprinzip erfolgen. Hierbei sollte beachtet werden, dass jede Untergliederung mindestens zwei Gliederungspunkte aufweisen sollte. Es ist auf 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 über das Inhaltsverzeichnis hinaus (z.B. Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungs-verzeichnis) sind nicht zwingend erforderlich, sollten aber, falls vorhanden, fortlaufend in römischen Zahlen beginnend mit I nummeriert werden. Ein Abkürzungsverzeichnis ist nur notwendig, sofern Abkürzungen verwendet werden, die nicht im Duden aufgeführt sind.

Der eigentliche Text, ein eventueller Anhang, das Literaturverzeichnis und die eidesstattliche Erklärung sollten mit arabischen Zahlen nummeriert werden.

Abbildung 1 zeigt eine beispielhafte, vereinfachte Darstellung eines Inhaltsverzeichnisses:

<b>Inhalt</b>	
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Konzeptionelle Grundlagen der Untersuchung .....</b>	<b>3</b>
2.1 Bestandsaufnahme der Literatur zur Kundenzufriedenheit .....	4
2.1.1 Forschungsbereiche im Überblick .....	4
2.1.2 Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit .....	6
2.1.3 ... ..	9
2.2 Besonderheiten des Industriegütermarketing .....	12
2.2.1 Der Aspekt der Multipersonalität .....	12
2.2.2 ... ..	14
2.2.3 ... ..	19
2.3 .....	21
<b>3. Methodische Grundlagen der Untersuchung.....</b>	<b>28</b>
<b>4. ... ..</b>	<b>32</b>
<b>5. Zusammenfassung und Implikationen .....</b>	<b>58</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>61</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>65</b>
<b>Eidesstattliche Erklärung .....</b>	<b>80</b>

Abbildung 1: Darstellung eines Inhaltsverzeichnisses

## 6. 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 Literatortabellen empfohlen.

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 in den Anhang zu stellen.

## 7. Zitierweise

Jedes Zitat muss nachprüfbar sein, fremdes Gedankengut ist als solches kenntlich zu machen. Für Quellenangaben im Text werden keine Fußnoten verwendet. Es wird stattdessen im Text auf die Quelle verwiesen (zitieren nach dem „Harvard-Style“). Bezieht sich die Wiedergabe von Gedanken auf Kerninhalte der zitierten Publikation, so braucht keine Seitenangabe zu erfolgen. Wird auf spezifische Textstellen Bezug genommen, so ist zusätzlich die Seite anzugeben.

Beispiel:

Ein zufriedener Kunde wird mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder denselben Anbieter wählen (vgl. Fornell 1992, S. 8ff., Herrmann 1995, S. 238).

Diese Verfahrensweise gilt bei bis zu drei Autorinnen und Autoren, bei vier und mehr wird nur die erste Autorin bzw. der erste Autor mit dem Zusatz „et al.“ genannt.

Wörtliche Zitate sind in Anführungszeichen zu setzen. Bei der dazugehörigen Quellenangabe wird auf das Kürzel „vgl.“ verzichtet. Zitate in englischer Sprache müssen

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

Beispiel:

„Es empfiehlt sich, die Conjoint-Analyse bei der [empirischen] Ermittlung von Preis-Absatz-Funktionen durch andere Methoden (...) zu flankieren“ (Homburg/Krohmer 2006, S. 704).

Die Quellenangabe ist am Ende des Gedankens einzufügen, der dieser Quelle entnommen ist. Gibt ein gesamter Absatz den Gedanken einer bestimmten Quelle wieder, ist die Quellenangabe am Ende des Absatzes einzufügen. In letzterem Fall muss zusätzlich deutlich gemacht werden, dass sich die Quelle auf den gesamten Absatz bezieht. So kann z.B. so zitiert werden (vgl. für den in diesem Absatz ausgeführten Gedankengang XYZ 2007, S. 12).

Bei englischsprachigen Arbeiten orientieren Sie sich bitte bezüglich Zitationsrichtlinien am Journal of Marketing.

## 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.

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.

*Beispiele:*

Homburg, Christian (1991), ...

Homburg, Christian (1995a), ...

Homburg, Christian (1995b), ...

Homburg, Christian, Bucerius, Matthias (2005), ...

Homburg, Christian, Giering, Annette (1996), ...

Homburg, Christian, Klarmann, Martin (2006), ...

Homburg, Christian, Droll, Mathias, Totzek, Dirk (2008), ...

Homburg, Christian, Artz, Martin, Wieseke, Jan, Schenkel, Bernhard (2008) ...

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

*Beispiel für die Zitierung von Büchern:*

Homburg, Christian, Krohmer, Harley (2006), Marketingmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden.

*Beispiele für die Zitierung von Zeitschriften:*

Homburg, Christian, Baumgartner, Hans (1995), Beurteilung von Kausalmodellen – Bestandsaufnahme und Anwendungsempfehlungen, Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 17, 3, 162-176.

*Beispiel für die Zitierung von Sammelwerken:*

Homburg, Christian, Becker, Annette, Hentschel, Frederike (2008), Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, in: Bruhn, Manfred, Homburg, Christian (Hrsg.), Handbuch Kundenbindungsmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden, 103-134.

Für die Zitierung von Internetquellen ist die Angabe eines Links erforderlich. Dazu ist der Link auf der Seite <http://archive.org/web/> zunächst zu archivieren, um einen ständigen Zugriff zu gewährleisten. Im Fließtext werden Internetquellen wie bei Zeitschriften mit ihrer Autorin bzw. ihrem Autor und Erscheinungsjahr angegeben. Ist die Autorin bzw. der Autor einer Quelle unbekannt, so ist die zuzuordnende Institution als Autor zu nennen.

*Beispiel für die Zitierung von Internetquellen:*

Statistisches Bundesamt (2019), Gesamtentwicklung des Außenhandels ab 1950. URL: [https://web.archive.org/web/20190604161520/https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Aussenhandel/Tabellen/gesamtentwicklungaussenhandel.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=7](https://web.archive.org/web/20190604161520/https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Aussenhandel/Tabellen/gesamtentwicklungaussenhandel.pdf?__blob=publicationFile&v=7) [abgerufen am 01.01.2019].

Zitierung im Text: Statistisches Bundesamt (2019).

Bei englischsprachigen Arbeiten orientieren Sie sich bitte bezüglich des Literaturverzeichnisses am Journal of Marketing

## **9. Eidesstattliche Erklärung**

In die Bachelor- und Masterarbeit hat der Studierende eine schriftliche Erklärung mit aufzunehmen und zu unterschreiben (gilt auch für englischsprachige Arbeiten):

„Ich versichere wahrheitsgemäß, die Arbeit selbstständig verfasst, alle benutzten Quellen und Hilfsmittel vollständig und genau angegeben und alles kenntlich gemacht zu haben, was aus Arbeiten anderer unverändert oder mit Abänderungen entnommen wurde sowie die Satzung des KIT zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis in der jeweils gültigen Fassung beachtet zu haben.“

Ort, Datum

Unterschrift

## 10. Umgang mit Plagiaten

Die Erbringung von Bachelor-, Seminar- und Masterarbeiten 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 eine Ursprungsangabe für solches Material gelten solche Stellen sonst als Plagiat.

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.

## 11. 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 am folgenden Text orientiert. Im Zweifel kann das kooperierende Unternehmen einen anderslautenden Vorschlag machen. Er ist aber unbedingt mit dem Lehrstuhl abzustimmen, bevor mit der Bearbeitung des Themas begonnen wird. Zudem ist wichtig, dass der Lehrstuhl im Zusammenhang mit der Korrektur der Arbeit Zugriff auf das zugrundeliegende Datenmaterial erhält.

Vorschlag für den Sperrvermerk:

„Die nachfolgende Arbeit enthält vertrauliche Informationen. Daher war Voraussetzung der Arbeit, dass sie der Öffentlichkeit nicht zugänglich gemacht wird. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, hat folgender Sperrvermerk Gültigkeit: Diese Arbeit wurde für interne Zwecke der xyz AG erstellt. Das öffentliche Auslegen dieser Arbeit bedarf daher der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung der xyz AG. Erfolgt diese nicht, ist der Zugriff auf diese Arbeit nur Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des betreuenden Lehrstuhls und des Prüfungssekretariats gestattet. Diese sind verpflichtet, die in der Arbeit behandelten Angaben vertraulich zu behandeln.“

## 12. Beispiel: Deckblatt in deutscher Sprache

Das Deckblatt für Seminararbeiten in deutscher Sprache sollte wie folgt gestaltet werden.

Falls Masterseminar: <Titel>

Falls Bachelorseminar: Seminararbeit zur Studie „<Titel>“ von <Autor/en>

[Bachelor-/Master]seminar in Marketing und Vertrieb  
vorgelegt am

Institut for Costumer Insights  
Forscherguppe

Prof. Dr.

Betreuerin:  
Titel und Name

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Sommersemester/Wintersemester 20XY/XZ

von

Vorname Name

Matrikelnr.

Anschrift\*

Mobilnr.

E-Mail

\*hierhin wird Gutachten versendet

Das Deckblatt für Abschlussarbeiten in deutscher Sprache sollte wie folgt gestaltet werden.

<Titel>  
[bei Abschlussarbeiten mit deutschem Titel ist der Titel zusätzlich auf Englisch anzugeben]

[Bachelor-/Master]arbeit  
vorgelegt am

Institute for Customer Insights  
Marketing & Sales Research Group

Prof. Dr.

Betreuerin:  
Titel und Name

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)

Sommersemester/Wintersemester 20XY/XZ

von

Vorname Name  
Matrikelnr.  
Anschrift\*  
Mobilnr.  
E-Mail

\*hierhin wird Gutachten versendet

### 13. Durchführung der empirischen Studie

Die Datenerhebung im Rahmen quantitativer Abschlussarbeiten erfolgt standardmäßig online, etwaige Abweichungen werden mit der Betreuerin oder dem Betreuer abgesprochen. Zur Online-Datenerhebung steht den Studierenden die Plattform Unipark zur Verfügung.

Die Titelseite einer jeden Studie/eines jeden Fragebogens erfolgt standardisiert und unter Anpassung untenstehenden Textes:

[ggfs. Logo des Praxis-Kooperationspartners]

Information zu dieser Studie

Sehr geehrte Teilnehmerin, sehr geehrter Teilnehmer,

vielen Dank für Ihr Interesse an meiner Forschung.

Mein Name ist [VORNAME, NACHNAME] und diese Studie ist Teil meiner Forschung zum Thema [THEMA]. Das Forschungsprojekt wird von der Forschungsgruppe Marketing & Vertrieb (Prof. Dr. Martin Klarmann) am Institute for Customer Insights (CIN) des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) durchgeführt. [Bei Praxiskooperationen: Die Arbeit wird in Kooperation mit KOOPERATIONSPARTNER durchgeführt.]

betreut durch:



Bewerbungsfoto  
Kandidat/in  
(freiwillig)

Die Teilnahme an der Studie ist freiwillig. Die Befragung erfolgt anonym. Es werden keinerlei Versuche unternommen, aus den Ihrerseits getätigten Angaben Rückschlüsse auf konkrete Personen zu ziehen. Studienergebnisse werden ausschließlich in anonymisierter Form veröffentlicht, sodass Rückschlüsse auf Einzelpersonen nicht möglich sind. Bitte tragen Sie in die Freitextfelder keine personenbezogenen Daten\*, auch nicht von Dritten, ein. [Bei Praxiskooperationen: Auch dem Kooperationspartner werden Ergebnisse nur in aggregierter Form zur Verfügung gestellt.]

Bei Fragen können Sie mich gerne unter [MAIL-ADRESSE] kontaktieren.

\* Gemäß Art. 4 Ziff. 1 Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) sind „personenbezogene Daten“ „alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen; als identifizierbar wird eine natürliche Person angesehen, die direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung oder zu einem oder mehreren besonderen Merkmalen, die Ausdruck der physischen, physiologischen, genetischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität dieser natürlichen Person

sind, identifiziert werden kann.

Wenn Sie den obigen Text gelesen haben und einwilligen, an der Umfrage teilzunehmen, dann bestätigen Sie dies bitte mit Klick auf das folgende Kästchen.

Vielen Dank!

[VORNAME NAME]

- Ich willige ein und möchte an der Umfrage teilnehmen