

# Hinweise zur Gestaltung von Bachelorarbeiten am Institut für Marketing und Management (M2) (Stand: 15.06.2025)

## 1. Organisatorische Hinweise

- Bewerbungsprozess:** Als Teil der Bachelorprüfung sind die Studierenden der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät dazu aufgefordert, eine Bachelorarbeit zu verfassen. Hierzu beachten Sie bitte das zentrale Bewerbungsverfahren, das über das Studiendekanat koordiniert wird. Alle Informationen hierzu finden Sie auf der Fakultätsseite (<https://www.wiwi.uni-hannover.de/de/zentralesbewerbungsverfahrenfuerbachelorarbeitenwiwi/>).
- Betreuung:** Eine Woche vor Ihrer Anmeldung wird Ihnen eine themenspezifische Betreuungsperson von unserem Institut zugeteilt.
- Offizielle Anmeldung:** Nach der Abstimmung des gewünschten Arbeitstitels mit der Ihnen zugewiesenen Betreuungsperson ist die offizielle Anmeldung mittels des Vergabeblatts bis zu den **vorgegebenen Anmeldeeterminen** in unserem Institut einzureichen (per E-Mail). Die Anmeldeetermine können variieren und werden rechtzeitig kommuniziert.
- Bearbeitungszeit:** Die Bearbeitungszeit beträgt zwei Monate (PO2017) und beginnt mit der vom Prüfer vorgenommenen Unterzeichnung des Vergabeblatts. Der 30.06. bzw. der 31.12. sind die spätmöglichsten Starttermine.
- Abgabe der Bachelorarbeit:** Nach Anmeldung der Bachelorarbeit erhalten Sie vom Studiendekanat eine Bestätigung Ihrer erfolgreichen Anmeldung, in der sich auch Informationen über den genauen Abgabezeitpunkt und der Abgabeform der Bachelorarbeit befinden. Jegliche Änderung (z. B. Schreibverlängerungen durch Krankheit) müssen direkt bei dem Studiendekanat beantragt und von diesem bestätigt werden.
- Abgabe zusätzlicher Dokumente bei M2:** Über die Abgabe beim Studiendekanat hinaus bitten wir darum, in unsere Cloud, die wir Ihnen zeitnah und individuell zur Verfügung stellen, sämtliche Datensätze und digitale Dateien zu speichern. Hierüber erhalten Sie während der Betreuungsphase genaue Informationen.

## 2. Allgemeine Formerfordernisse

- Format:** DIN A4 (weiß)
- Schriftart:** Der Text ist in der Schriftart Times New Roman, Schriftgröße 12 zu verfassen. Fußnoten, Beschriftungen von Abbildungen und Tabellen sind in derselben Schriftart, jedoch mit Schriftgröße 10 zu erstellen.
- Zeilenabstand:** Der Text ist mit 1,5-zeiligem Abstand und der Fußnoten-, Abbildungs- und Tabellenbereich mit einfachem Zeilenabstand zu formatieren.

Überschriften sind im Text entsprechend ihrer Bedeutung durch größere Abstände zum Vortext herauszustellen.

**Absatzformatierung:** Sowohl Text- als auch Fußnoten-, Abbildungs- und Tabellenbereich sind im Blocksatz zu verfassen. Des Weiteren sind Worte entsprechend der Duden-Regelungen zu trennen (Silbentrennung).

Bei der Formatierung von Texten ist auf eine klare und korrekte Absatzgestaltung zu achten. Absätze sollen inhaltlich sinnvoll genutzt und durch einen Sondereinzug (Erste Zeile: 1cm) in der neuen Zeile deutlich gemacht werden. Absätze mit größerem Abstand sind nicht erlaubt. Der Sondereinzug gilt nicht für die erste Zeile nach einer Überschrift.

Beispiel:

|  |
|--|
| <p><b>I. Überschrift</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed euismod, urna eu tincidunt consectetur, nisi nisl aliquam nunc, non dictum enim quam ac erat. Proin sed dictum urna. Nullam in erat vitae urna cursus dictum.</p> <p>Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices, eu dictum enim enim eu enim. Pellentesque dictum, enim eu dictum dictum, enim enim dictum enim, eu dictum enim enim eu enim. Pellentesque dictum, enim eu dictum dictum, enim enim dictum enim, eu dictum enim enim eu enim.</p> |
|--|

**Abbildungen und Tabellen:**

Die Abbildungen und Tabellen sind selbst und einheitlich zu erstellen (keine gescannten Abbildungen oder Screenshots verwenden) und in einem Abbildungs- bzw. Tabellenverzeichnis aufzuführen. Titel, Name und Quelle sind direkt unter der jeweiligen Abbildung bzw. Tabelle zu platzieren. Im Text müssen eindeutige Verweise (z.B. vgl. Abbildung 1; Abbildung 1 ist zu entnehmen...) und Erklärungen zu jeder Abbildung und Tabelle gegeben werden.

**Seitenränder:**

Der Seitenrand hat oben 2,5 cm, links 4 cm, rechts 2 cm und unten ebenfalls 2 cm zu betragen.

**Seitenzahlen:**

Die Seitenzahlen sind zentriert unter dem Text anzuordnen. Vor und nach dem Textteil werden fortlaufend römische Ziffern genutzt. Für den Textteil werden arabische Ziffern verwendet. Weitere Erklärung siehe „Ordnungsschema“.

**Abkürzungen:**

Abkürzungen sollten wohlüberlegt eingesetzt werden. Dies bietet sich besonders dann an, wenn der Gebrauch allgemein üblich und der Gewinn an zusätzlichem Platz beträchtlich ist sowie Wiederholungen dadurch vermieden werden können. Abkürzungen, die nicht im Duden auftauchen, müssen im Abkürzungs- und Akronymverzeichnis erklärt werden. Der abzukürzende Ausdruck muss bei der ersten Verwendung ungekürzt aufgeführt werden. Darauf folgt die Abkürzung in runden Klammern. Von dort an wird lediglich die Abkürzung verwendet. Abkürzungen aus reiner Bequemlichkeit (etwa „Mark.Seg.“ für „Marktsegmente“) sind nicht erlaubt.

**Abstract:** Nach dem Titelblatt wird der Arbeit eine ungefähr 1.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen) umfassende Zusammenfassung (Abstract) in deutscher Sprache vorangestellt. Dieser Abstract wird im Präsens verfasst und soll Ziel, Vorgehen und Ergebnis der Arbeit darstellen. Es sollte alle erforderlichen Informationen enthalten und ohne Rückgriff auf die vollständige Arbeit verständlich sein.

**Einleitung:** Die Einleitung (1. Kapitel) enthält die Problemstellung, die Zielsetzung und das Vorgehen. In der Problemstellung wird das Thema der Arbeit formuliert, seine Relevanz erörtert und der aktuelle Forschungsstand dargelegt. Dieser Teil der Arbeit dient der Einordnung des Themas in einen größeren thematischen Zusammenhang und der Abgrenzung gegenüber anderen Problemstellungen. Folgend wird/werden die benannte/n Forschungslücke/n aufgegriffen und die Zielsetzung der eigenen Arbeit explizit vorgestellt. Schließlich wird die Gliederung der Arbeit begründend skizziert.

**Seitenumfang:** Es sind **25 Text-Seiten +/- 10%** (d. h. Seiten ohne Inhalts-, Abkürzungs-, Literaturverzeichnis usw.) zu erstellen. Themenspezifisch, insbesondere bei Bachelorarbeiten mit umfangreichen empirischen Analysen, können nach Absprache mit der Betreuungsperson gerne auch umfassendere Ausarbeitungen verfasst werden.

**Zitierweise im Text:** Zitatbelege werden nach dem Harvard-System (auch: „Amerikanische Zitierweise“) als Kurzbelege in runden Klammern im direkten Anschluss an das Zitat in den Fließ- bzw. Fußnotentext aufgenommen. Das Zitieren mittels Fußnoten ist **nicht** zugelassen.

**Sinngemäße Ent- oder Anlehnungen** werden durch ein vorangestelltes „vgl.“ markiert, z.B. (vgl. Walsh 2002, S. 250).

Bei **wörtlichen Zitaten** wird der Inhalt in Anführungszeichen gesetzt und ohne „vgl.“ markiert, z.B. (Walsh 2002, S. 250). Änderungen des Quelltextes sind dabei durch eckige Klammern kenntlich zu machen. Auslassungen sind durch drei Punkte in eckigen Klammern [...] kenntlich zu machen. Die Verwendung wörtlicher Zitate sollte dosiert verwendet werden.

Bei Quellenangaben, die sich nur auf einen Teil der Quelle beziehen (Regelfall), wird die Seitenzahl dieses Teils durch ein Komma getrennt hinter dem Erscheinungsjahr angegeben. Bei wörtlichen Zitaten sind die Seitenzahlen immer anzugeben. Nur wenn auf die gesamte Quelle und nicht nur auf einen Teil der Quelle verwiesen wird, sind die Seitenzahlen nicht anzugeben.

Im Fließtext werden mehrere Quellenangaben in alphabetischer Reihenfolge angegeben und durch ein Semikolon und eine Leerstelle getrennt. Beispiel: (vgl. Müller et al. 2020; Walsh 2002a; Walsh 200b)

Bei Quellen von zwei Autoren/innen werden auch beide Autoren/innen genannt und durch ein „&“-Zeichen angegeben. Dabei wird die Reihenfolge übernommen, die in der Publikation angeführt ist. Beispiel: (vgl. Brylla & Walsh 2021)

Bei drei oder mehr Autoren/innen wird nur der Name des Erstautors/der Erstautorin gefolgt von „et al.“ angegeben. Im Literaturverzeichnis müssen jedoch alle Autoren/innen genannt werden. Beispiel: (vgl. Wiedmann et al. 2019, S. 16f.)

Aus einer Quelle abgewandelte Abbildungen und Tabellen erhalten den Zusatz „Quelle: In Anlehnung an...“. Vollständig selbst erstellte Abbildungen und Tabellen bedürfen keiner gesonderten Kennzeichnung.

**Täuschungsversuche:**

Wir überprüfen jede Arbeit darauf, ob ein Täuschungsversuch vorliegt. Ein Täuschungsversuch umfasst u.a. die Übernahme von Textpassagen ohne Angabe von Quellen. Wissenschaftliche Arbeiten werden mithilfe von Plagiatsoftware überprüft.

**Ordnungsschema:**

- Titelblatt
- Abstract
- Inhaltsverzeichnis
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Abkürzungsverzeichnis
- Inhalt
- Literaturverzeichnis
- Anhangsverzeichnis
- Anhang
- Ehrenwörtliche Erklärung

Die Seiten des Abstracts, Inhalts-, Abkürzungs-, Abbildungs-, und Tabellenverzeichnisses werden mit römischen Ziffern durchnummeriert, der Textteil und das Literaturverzeichnis mit arabischen Ziffern. Das Titelblatt sowie die leeren Blätter und die ehrenwörtliche Erklärung sind nicht zu nummerieren.

Für den Anhang empfiehlt sich das gleiche Notationsverfahren.

Allerdings wird den römischen bzw. arabischen Ziffern ein „A“ vorangestellt (AI, AII, A1, A2 etc.).

Umfasst der Anhang mehrere Teile, sollte jeder Teil mit einer Kennung versehen werden (z. B. Anhang 1, Anhang 2, ...).

**Anordnung der Gliederungspunkte:** Die Gliederungspunkte sind im Inhaltsverzeichnis nach folgendem Schema auszurichten (Beispiel):

```

2   Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen
    2.1 Nation Branding
        2.1.1 Der kompetitive Vorteil von Nationen
        2.1.2 Vom Product Branding zum Nation Branding
        2.1.3 ...
  
```

Die Gliederungsüberschriften im Textteil werden im Blocksatz mit konstantem Einzug bündig formatiert: (Beispiel):

```

2       Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen
2.1     Nation Branding
2.1.1   Der kompetitive Vorteil von Nationen
  
```

Weitere allgemeine Hinweise:

- Positionen, die in der Gliederung auf derselben Stufe stehen, müssen inhaltlich den gleichen Rang einnehmen
- Auf eine Untergliederung sollte mindestens eine weitere folgen (also bei Untergliederung in 2.1 folgt mindestens 2.2)
- Unter jeder Gliederungsebene ist ein Text (mind. eine halbe Seite) zu verfassen

**Bitte unbedingt beachten:**

Bei der Abgabe von Bachelorarbeiten ist darauf zu achten, dass oben genanntes Ordnungsschema eingehalten wird. Außerdem muss das auf dem Titelblatt der Bachelorarbeit abgedruckte Thema entsprechend der buchstäblichen Genauigkeit und Interpunktion mit dem auf dem Vergabeblatt stehenden Arbeitstitel übereinstimmen.

**Anhang:**

Der Anhang enthält alle Informationen, die benötigt werden, um die in der Arbeit dargelegten Behauptungen zu überprüfen oder um eine Replikation der Untersuchung durchführen zu können. Umfangreiche Zusatzmaterialien können in den Anhang der Arbeit aufgenommen werden. Der Anhang sollte keine im Text genannten Informationen enthalten, sondern dient lediglich zu dessen Vertiefung. Jeder Eintrag im Anhang muss im Text erwähnt und chronologisch nach dem Vorkommen der Verweise im Text aufgeführt werden. Der Anhang sollte durch ein Anhangsverzeichnis eingeleitet werden.

### 3. Das Literaturverzeichnis

**Allgemeine Informationen:**

Das Literaturverzeichnis enthält sämtliche beim Verfassen der Arbeit herangezogene Quellen. Jede Quellenangabe im Text muss auch im Literaturverzeichnis zu finden sein und umgekehrt. Das Literaturverzeichnis ist unbedingt alphabetisch nach Autorennamen (Buchstabe für Buchstabe) zu ordnen. Als zweites Kriterium für die Reihenfolge im

Literaturverzeichnis dient das Erscheinungsjahr. Die älteste Veröffentlichung wird zuerst genannt (aufsteigend). Sollte eine Publikation derselben Autorin/desselben Autors im gleichen Jahr veröffentlicht worden sein, so werden diese alphabetisch nach dem Titel aufgeführt. Die Publikationen werden durch Kleinbuchstaben (a, b, c usw.) nummeriert, um die Quellenangabe im Text unterscheiden zu können.

Das Literaturverzeichnis ist nicht nach unterschiedlichen Quellenarten zu untergliedern.

- Format:** Sondereinzug: Hängend 1cm; Einfacher Zeilenabstand
- Unbekannter Verfasser:** Ist der Verfasser einer Quelle nicht bekannt, so ist die Quelle mit „o.V.“ zu kennzeichnen.
- Unbekanntes Erscheinungsjahr:** Sofern das Erscheinungsjahr nicht feststellbar ist, wird der Zusatz „o.J.“ genutzt.

### Beispiele für Literaturangaben:

#### Monographien

Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2008). *Multivariate Analysemethoden. Eine Anwendungsorientierte Einführung*. 12. Aufl. Berlin: Springer.

#### Herausgeberbände/Sammelwerke

Lasslop, I. (2005). Identitätsorientierte Führung von Luxusmarken. In Meffert, H., Burmann, C., Koers, M. (Hrsg.), *Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung* (S. 469-494). 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler.

Tichy, N. M. (1981). Networks in Organizations. In: Nystrom, P. C., Starbuck, W. H. (Eds.), *Handbook of Organizational Design* (pp. 225-249). Vol. 2. Oxford: Oxford University Press.

#### Zeitschriftenartikel (Paper)

Albrecht, A. K., Walsh, G., & Beatty, S. E. (2017). Perceptions of group versus individual service failures and their effects on customer outcomes: The role of attributions and customer entitlement. *Journal of Service Research*, 20(2), 188-203.

Walsh, G. & Beatty, S. E. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 127-143.

#### Internetquellen

Olins, W. (2002). Branding the Nation – the historical context. <http://www.wallyolins.com/includes/branding.pdf>. Abgerufen am TT.MM.JJJJ.

## 4. Zusätzliche Hinweise

- Literaturrecherche:** Die LUH bietet den Zugang zu einer Vielzahl an Literatur in den Off- und Online-Bibliotheken (über [VPN](#) zu erreichen). Suchmaschinen und Datenbanken wie [Google Scholar](#), [Web of Science](#), [EBSCO](#) etc. ermöglichen eine fundierte Recherche. Zudem hilft bei der Online-recherche die Nutzung von [Suchoperatoren](#), um die Suche zu präzisieren.
- Journals:** Englischsprachige Fachzeitschriften sind als wichtigste Quelle von wissenschaftlichen Arbeiten an unserem Institut zu verwenden. Es existieren zahlreiche Fachzeitschriften mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Zielgruppen. Die wichtigsten sind: Journal of Marketing Research, Journal of Marketing, Journal of Consumer Research, Marketing Science u.w.
- Einen Hinweis darauf, ob es sich bei der Fachzeitschrift um ein hochrangiges Journal handelt, liefert das [aktuelle VHB-Ranking](#).
- Literaturtabelle  
Forschungslücke:** Verpflichtender Teil der Abschlussarbeit ist die Erstellung einer Literaturtabelle, mit Hilfe derer Sie Ihre Forschungslücke hervorheben. Die Literaturtabelle kann bspw. in der Einleitung (oder im Grundlagenteil) aufgeführt werden und soll die wichtigsten 15 (+/- 10%) Quellen der Arbeit zusammenfassen. Orientieren Sie sich hierzu an der Vorlage aus Abschnitt 5.
- Limitationen &  
Forschungsfragen:** Verpflichtender Teil der Abschlussarbeit ist die Erstellung einer Tabelle, in der Sie die wichtigsten Limitationen Ihrer Arbeit und relevante zukünftige Forschungsfragen hervorheben. Orientieren Sie sich hierzu an der Vorlage aus Abschnitt 5.
- KI-Nutzung:** Bei der Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI) im Rahmen von Studien- oder Forschungsarbeiten ist darauf zu achten, dass die geltenden Vorgaben des Instituts strikt eingehalten werden. Die Verwendung von KI zur Generierung von Textpassagen ist im Rahmen von wissenschaftlichen Arbeiten am Institut für Marketing und Management untersagt. Erlaubt ist hingegen der unterstützende Einsatz von KI-Tools für Hilfstätigkeiten wie bspw. Rechtschreib- und Grammatikprüfung oder Formatierung. Dieser Einsatz muss jedoch kenntlich gemacht werden. Die beigefügte institutsbezogene Erklärung zur KI-Nutzung (Abschnitt 5) ist verpflichtend auszufüllen und zu unterschreiben. Sie dient der Transparenz und Nachvollziehbarkeit des KI-Einsatzes und stellt sicher, dass akademische Standards gewahrt bleiben. Die Erklärung zur KI-Nutzung muss als separates Dokument bei der Abgabe der Arbeit unterschrieben an das Institut gesendet werden. Bei Hinweisen auf die Verwendung von KI zur Generierung von Textpassagen und Modellen (theoretische, konzeptionelle Modelle) werden Arbeiten grundsätzlich mit 5,0 (durchgefallen) bewertet.

## 5. Vorlagen

### Titelblatt Bachelorarbeiten (Prüfungsamt)

|  |                |
|--|----------------|
| (Thema)  |                |
| .....  |                |
| .....  |                |
| .....  |                |
| <b>Bachelorarbeit</b>  |                |
| zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B.Sc.)“<br>im Studiengang Wirtschaftswissenschaft der Wirtschaftswissenschaftli-<br>chen Fakultät der Leibniz Universität Hannover |                |
| vorgelegt von  |                |
| Name: .....  | Vorname: ..... |
| Geb. am: .....   | in: .....      |
| *Prüfer:   |                |
| **Hannover, den  |                |
| *(Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann bzw. Prof. Dr. Gianfranco Walsh)  |                |
| **(Datum der Beendigung der Arbeit)  |                |

### Ehrenwörtliche Erklärung Bachelorarbeiten (Prüfungsamt)

|   |              |
|---|--------------|
| <b>Erklärung</b>  |              |
| <p>Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, dass alle Stellen der Arbeit, die wörtlich oder sinngemäß aus anderen Quellen übernommen wurden, als solche kenntlich gemacht sind und dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt wurde.</p> |              |
| *Hannover, den  | _____        |
| *(Datum der Beendigung der Arbeit)  | Unterschrift |

**Wichtig!** Bitte informieren Sie sich aus Aktualitätsgründen immer noch einmal beim [Studiendekanat](#) über Form und Inhalt des Titelblattes sowie der Ehrenwörtlichen Erklärung.

## Beispiel: Literaturtabelle Forschungslücke

**Table 1**  
Overview of research on outcomes of wait time occupation.

| Authors                | Distinction between being actively and passively occupied?                              | Mediators  | Moderators | Key results  |
|------------------------|---|--|------------|--|
| Taylor (1994)          | No (extent to which patients kept themselves occupied during the wait time was queried) | Uncertainty, Anger; Punctuality  | /          | Filling the customer's time causes the customer to feel less uncertainty and anger.  |
| Pruyn & Smidts (1998)  | No / passive presence of TV   | Perceived wait time, acceptable wait time, cognitive and affective appraisal of the wait | /          | The presence of TV did not lead to shorter perceived wait times. The TV does not divert attention from the passage of time and does not serve to reduce waiting-related boredom. |
| Naumann & Miles (2001) | No (extent to which patients kept themselves occupied during the wait time was queried) | /  | /          | Patients kept busy during the wait time perceive higher levels of satisfaction.  |

Quelle: Bøddeker, S., Rothert-Schnell, C., Walsh, G., & Groth, M. (2025). Keep them busy, keep them flowing? The effects of actively versus passively occupied wait time. *Journal of Business Research*, 189, 115216.

## Beispiel: Limitationen und Forschungsfragen

*Table 14. Research agenda on HOSC*

| Issues                                  | Research questions and comments  |
|---|--|
| HOSC and moderating mechanisms          | <i>Can HOSC explain why some firms are able to turn their innovative capacity into firm performance and why others fail to do so?</i> We observe differences in how firms leverage their product-service bundles into firm performance. Despite efforts in unravelling reasons for differences among firms (e.g. Visnjic, Wiengarten and Neely, 2016), the role of sales capabilities remains largely neglected. In that sense, HOSC can be operationalized as moderators in the relationship between product innovation performance, service innovation performance and hybrid innovation performance on firm performance.  |
| HOSC in the firm's capability portfolio | <i>What is HOSC's role in the portfolio of firm capabilities?</i> Firms possess different types of capabilities on different levels. These capabilities may be specific to the hybrid nature of the offering (e.g. service-related data processing and interpretation capability, Ulaga and Reinartz, 2011; service capability development, Jovanovic <i>et al.</i> , 2019) or span completely different domains (e.g. product development). Our results indicate that HOSC relates to both sales performance and firm performance. Still, it remains unclear what the importance of HOSC is relative to other capabilities.   |
| HOSC and digitization/industrial data   | <i>What role do sales capabilities play in times of increasing data-intensive services?</i> We are yet to fully understand how product and service components are interactively innovated in hybrid offerings. With the rise of data-intensive services, the complexity of the product-service interaction increases. The use of HOSC could depict a starting point for (a) better understanding hybrid offerings in times of digitization and (b) developing further attempts to measure capabilities for selling product-service-data trios.   |
| HOSC and organizational structures      | <i>How has an internal organizational structure to look like to effectively sell hybrid offerings?</i> HOSC could also function as an outcome variable in future studies. We lack knowledge about how sales teams are orchestrated in hybrid offerings contexts. As many firms evolve from pure manufacturers to solution providers, it is very likely that the salesforce consists of employees who have predominantly sold products. Team composition as well as communication between departments are mechanisms the firm can control. Yet, it is unclear which type of team composition and which degree of communication is most useful to build respective sales capabilities. Future research therefore could compare different team compositions and levels of internal communication to find patterns that are most conducive to building HOSC. |

Quelle: Schaarschmidt, M., Walsh, G., & Evanschitzky, H. (2022). Hybrid offerings sales capability: conceptualization, scale development and validation. *British Journal of Management*, 33(3), 1560-1583.

**Hinweis:** Bitte orientieren Sie sich immer an den aktuellsten Vorgaben des Leitfadens bzgl. Erstellung und Formatierung von Tabellen.

## Erklärung zur Nutzung von KI-basierten Tools im Rahmen von Abschlussarbeiten

Name: \_\_\_\_\_ Matrikelnummer: \_\_\_\_\_

In der vorliegenden Arbeit wurden KI-basierte Tools genutzt:

- Ja
- Nein

Falls Sie KI-basierte Tools verwendet haben, geben Sie bitte in der folgenden, erweiterbaren Tabelle präzise an, an welchen Stellen, in welcher Form und mit welchem(n) konkreten KI-Tool(s) Sie diese im Arbeitsprozess bzw. innerhalb Ihrer Arbeit eingesetzt haben. Eine Liste möglicher erlaubter Nutzungsarten finden Sie im Anhang dieses Dokuments.

| Kapitel/Abschnitt der Arbeit                      | Form/Art der Nutzung<br>[siehe Liste erlaubte Nutzungsarten]   | Verwendete/s KI-Tool/s                            |
|---|--|---|
| Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. | <input type="checkbox"/> Überprüfung der Rechtschreibung und Grammatik<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____ | Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. |
| Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. | <input type="checkbox"/> Überprüfung der Rechtschreibung und Grammatik<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____ | Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. |
| Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. | <input type="checkbox"/> Überprüfung der Rechtschreibung und Grammatik<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____ | Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. |
| Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. | <input type="checkbox"/> Überprüfung der Rechtschreibung und Grammatik<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____<br><input type="checkbox"/> _____ | Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben. |

Hiermit versichere ich, dass alle oben gemachten Angaben zur Nutzung von KI-basierten Tools in meiner Arbeit vollständig und wahrheitsgemäß sind. Innerhalb der vorliegenden Arbeit wurden **KI-basierte Tools an keiner Stelle zur Textgenerierung oder Erstellung von Modellen (theoretische, konzeptionelle Modelle)** verwendet.

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

## **Anhang: Mögliche erlaubte Nutzungsarten von KI-basierten Tools in Abschlussarbeiten**

- Ideenfindung
- Unterstützung bei der Gliederungserstellung
- Unterstützung bei der Recherche
- Zusammenfassen von Textquellen
- Unterstützung beim Verständnis von Begriffen, Konzepten, Methoden, Hintergründen etc.
- Erzeugen von Bildern/Grafiken
- Überprüfung der Rechtschreibung und Grammatik