

Institut für Publizistik
Professur für Medienwirtschaft
Universitätsprofessor Dr. Heinz-Werner Nienstedt

Richtlinien für wissenschaftliche Arbeiten

Seminar- und Abschlussarbeiten an der Professur für Medienwirtschaft müssen wissenschaftliche Standards erfüllen. Dazu zählt eine einheitliche und systematische Gestaltung und Zitierweise. Wir empfehlen die Arbeiten gemäß den Regeln der American Psychological Association (APA) zu gestalten. Es kann auch ein anderer Standard gewählt werden, solange er konsequent und einheitlich verwendet wird.

Nachfolgend finden Sie die wichtigsten Richtlinien, die Sie bei der Gestaltung Ihrer Studienarbeit beachten sollten. Detaillierte Informationen zum APA-Standard finden Sie hier:

- <http://www.apastyle.org/>.
- <http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/index.htm>
- <http://supp.apa.org/style/PM6E-Corrected-Sample-Papers.pdf>
- <http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/data/resources/references-sample.pdf>
- American Psychological Association (2010). *Concise Rules of APA Style, Sixth Edition*. Washington: APA.

Gliederung

- Der APA-Style schreibt eine einheitliche Gliederung für wissenschaftliche Artikel vor. Diese Einteilung ist eine hilfreiche Richtlinie, aber **nicht verbindlich** für Arbeiten an der Professur für Medienwirtschaft.
 - Titelseite
 - Abstract (nur bei Masterarbeiten verpflichtend; eine Seite)
 - Einleitung
 - Methodik
 - Ergebnisse

- Diskussion
- Literatur
- Anhang

- Bei Arbeiten an der Professur für Medienwirtschaft wird außerdem eine **Gliederung**, ein **Abkürzungs-**, **Abbildungs-** und **Tabellenverzeichnis** vor dem Text verlangt

Umfang

- Für den Text (exkl. das oben Genannte, inkl. eingebundener Grafiken/Tabellen) gilt als Obergrenze eine Seitenzahl von
 - 15 Seiten bei Einzelarbeiten
 - 35 Seiten bei Gruppenarbeiten
 - 60 Seiten für Diplomarbeiten
 - 70 Seiten für Masterarbeiten gemäß der Prüfungsordnung.

Abgabe

- Die Abgabe der Seminararbeit erfolgt in einfacher gedruckter Version geheftet mit Heftflasche und als digitale Version (per E-Mail) am Stichtag am Lehrstuhl.
- Bei Gruppenarbeiten sollte jeder selbstständig erarbeitete Teil des betreffenden Verfassers kenntlich gemacht werden.
- Master- und Diplomarbeiten werden in dreifacher Version beim Dekanat eingereicht. Eine digitale Version der Diplomarbeit muss am Lehrstuhl eingereicht werden.
- Alle schriftlichen Arbeiten müssen eine eidesstattliche Erklärung enthalten, die nachfolgend als Vorlage beigefügt ist (siehe S. 11).

Formatierung

- **Schriftart:** Times New Roman, 12pt oder Arial, 11pt
- 1,5facher **Zeilenabstand** im gesamten Dokument
- Die erste Zeile jedes Absatzes wird **engerückt**
- Text **linksbündig** ausrichten
- Der Seitenrand beträgt links 4cm, rechts 2cm, oben 2,5 cm und unten 2 cm.
- **Überschriften:** Im APA-Style sind fünf Ebenen an Überschriften vorgesehen.
Die entsprechenden Formatierungen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 1

Formatierungen von Überschriften nach APA-Style

Ebene	Formatierung
1	Zentriert, fettgedruckt
2	Linksbündig, fettgedruckt
3	Fettgedruckt, mit Einzug, am Beginn des Absatzes, endet mit einem Punkt.
4	<i>Fettgedruckt, kursiv, mit Einzug, am Beginn des Absatzes, endet mit einem Punkt.</i>
5	<i>Kursiv, mit Einzug, am Beginn des Absatzes, endet mit einem Punkt.</i>

Tabellen

- Tabellen werden fortlaufend nummeriert. Die **Überschrift** besteht immer aus „Tabelle X“, einem Zeilenumbruch und dem Titel (kursiv)
- Der **Titel** sollte kurz, aber aussagekräftig sein
- Der **Zeilenabstand** kann einfach oder doppelt sein, muss allerdings innerhalb der Tabelle einheitlich bleiben
- **Anmerkungen** können unter der Tabelle angegeben werden
- **Linien** sollten sparsam verwendet werden. Es sind nur horizontale, keine vertikalen Linien erlaubt

Zitationen im Text

- **Sinngehalt:** Nach Charlton (1993) erfolgt die Medienaneignung auf (mindestens) drei Weisen.
- **Sinngehalt:** Beide Konzepte sind eng miteinander verzahnt (Schmidt, 2009, S.17).
- **Wörtliches Zitat:** Das originäre Untersuchungsziel der Diffusionsforschung ist es, „Erklärungsansätze für Verbreitung von Produktneuheiten bzw. Produktinnovationen im Markt zu liefern“ (Weiber, 1992, S. 2).

Tabelle 2

Zitationen im Text

Quelle	Erste Zitation (im Text)	Folgende Zitationen (im Text)	Erste Zitation (in Klammern)	Folgende Zitationen (in Klammern)
Ein Werk, ein Autor	Walker (2007)	Walker (2007)	(Walker, 2007)	(Walker, 2007)
Ein Werk, zwei Autoren	Walker und Allen (2007)	Walker und Allen (2007)	(Walker & Allen, 2007)	(Walker & Allen, 2007)
Ein Werk, drei bis fünf Autoren	Bradley, Ramirez, und Soo (2006)	Bradley et al. (2006)	(Bradley, Ramirez, & Soo, 2006)	(Bradley et al., 2006)
Ein Werk, sechs und mehr Autoren	Bradley et al. (2003)	Bradley et al. (2003)	(Bradley et al., 2003)	(Bradley et al., 2003)
Organisation als Autor (mit eindeutiger Abkürzung)	National Institute of Mental Health (NIMH, 2003)	NIMH (2003)	(National Institute of Mental Health [NIMH], 2003)	(NIMH, 2003)
Organisation als Autor (ohne Abkürzung)	Universität Mainz (2014)	Universität Mainz (2014)	(Universität Mainz, 2014)	(Universität Mainz, 2014)

- Werden Quellen verschiedener Autoren zusammen angegeben, werden sie durch ein **Semikolon** getrennt und alphabetisch sortiert
 - (Ariely, 2003; Bradley, 2005; Walker & Allen, 2003)
- Quellen der gleichen Autoren werden durch **Komma** getrennt
 - (Walker & Allen, 2003, 2006, 2014)
- Werden mehrere Quellen der gleichen Autoren aus dem **gleichen Jahr** verwendet, werden sie einheitlich mit „a“, „b“, „c“ gekennzeichnet
 - Ariely (2003a, 2003b)

Literaturverzeichnis

- Quellenangaben müssen so genau und vollständig wie möglich sein
- Die Quellangaben werden mit **hängendem Einzug** formatiert, d.h. ab der zweiten Zeile wird der Text eingerückt
- Der **Zeilenabstand** ist auch hier 1,5
- Um Quellen online besser zu finden, wird seit Version 6 des APA-Styles der sogenannte **doi (digital object identifier)** angegeben. Der doi ist auf den Homepages der meisten Journals zu finden. Ist kein DOI vorhanden, sollte die entsprechende Website angegeben werden
 - Hennig-Thurau, T., Houston, M. B., & Walsh, G. (2006). The Differing Roles of Success Drivers Across Sequential Channels: An Application to the Motion Picture Industry. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 559–575. doi:10.1177/0092070306286935
 - ODER (falls kein DOI verfügbar ist):
Hennig-Thurau, T., Houston, M. B., & Walsh, G. (2006). The Differing Roles of Success Drivers Across Sequential Channels: An Application to the Motion Picture Industry. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 559–575. Abgerufen von <http://jam.sagepub.com>
- Wenn Sie Daten/Grafiken aus **Statista** (oder ähnlichen Quellen) verwenden: Statista ist die Quelle der Darstellung bzw. der Aufbereitung, nicht die Quelle der Daten. Sie sollten deshalb immer die eigentliche Quelle der Daten angeben und ggf. Statista zusätzlich nennen. Statista selbst gibt dazu einige Hinweise.
 - Institut für Demoskopie Allensbach (2013). Allensbacher Computer- und Technik-Analyse - ACTA 2013. Zitiert nach de.statista.com. Abgerufen von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/168737/umfrage/interesse-der-bevoelkerung-an-online-shopping/>
- Nach Version 6 der APA-Style muss bei Onlinequellen **kein Abrufdatum** angegeben werden

Monographien

- **Ein Autor**
 - Nachname, V. (Jahr). *Titel (kursiv)*. Verlagsort: Verlag.
 - Hepp, A. (1999). *Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung*. Opladen: Westdt. Verl.
- **Zwei oder mehrere Autoren**
 - Autor, A. & Autor, B. (Jahr). *Titel des Buches*. Publikationsort: Verlag.
 - Autor, A., Autor, B. & Autor, C. (Jahr). *Titel des Buches*. Publikationsort: Verlag
 - Hensel, M. & Wirsam, J. (2008): *Diffusion von Innovationen. Das Beispiel Voice over IP*. Wiesbaden: Gabler / GWV Fachverlage GmbH.

Herausgeberwerke

- **Ein Herausgeber:**
 - Herausgeber, A. (Hrsg.). (Jahr). *Titel des Buches*. Publikationsort: Verlag.
 - Kawamoto, K. (Hrsg.). (2003). *Digital journalism*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- **Zwei oder mehrere Herausgeber:**
 - Herausgeber, A. & Herausgeber, B. (Hrsg.). (Jahr). *Titel des Buches*. Publikationsort: Verlag.
 - Herausgeber, A., Herausgeber, B. & Herausgeber, C. (Hrsg.). (Jahr). *Titel des Buches*. Publikationsort: Verlag.
 - Klingler, W., Roters, G., & Gerhards, M. (Hrsg.). (1998). *Medienrezeption seit 1945: Forschungsbilanz und Forschungsperspektiven*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- **Organisation als Herausgeber:**
 - Name der Organisation. (Hrsg.). (Jahr). *Titel des Buches*. Publikationsort: Verlag.
 - Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger. (Hrsg.). (2011). *Zeitungen 2011/2012*. Berlin: ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH
- **Einzelner Beitrag in Herausgeberwerk:**

- Autor, A. (Jahr). Titel des Aufsatzes. In A. Herausgeber (Hrsg.), *Titel des Buches (kursiv)* (S. xx-xx). Publikationsort: Verlag.
- Haddon, L. (2003). Domestication and Mobile Telephony. In J. E. Katz (Hrsg.), *Machines that become us. The social context of personal communication technology* (S. 43–56). New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.

Periodische Werke

Wissenschaftliche Zeitschriften

- **Ein Autor:**
 - Autor, A. (Jahr). Titel des Aufsatzes. *Titel der Zeitschrift (kursiv)*, *Jahrgang*(Heftnummer), Seitenzahl-Seitenzahl. doi
 - Peters, O. (2009). A Social Cognitive Perspective on Mobile Communication Technology Use and Adoption. *Social Science Computer Review*, 17(1), 76–95. doi: 10.1177/0894439308322594
- **Mehrere Autoren:**
 - Autor, A. & Autor, B. (Jahr). Titel des Aufsatzes. *Titel der Zeitschrift*, *Jahrgang*(Heftnummer), Seitenzahl-Seitenzahl. doi
 - Diddi, A., & LaRose, R. (2006). Getting Hooked on News: Uses and Gratifications and the Formation of News Habits Among College Students in an Internet Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 193–2010.

Nicht-wissenschaftliche Zeitschriften

- **Mit Angabe eines Autors:**
 - Autor, A. (Jahr, Monat oder Datum – je nach Erscheinungsintervall). Titel des Aufsatzes. *Titel der Zeitschrift*, *Jahrgang*, Seitenzahl-Seitenzahl.
 - Hannemann, M. (2012, Juli). Die Papiertiger. *Brandeins*, 14, 68-71.
- **Ohne Angabe eines Autors:**
 - Titel des Artikels. (Jahr, Monat oder Datum – je nach Erscheinungsintervall). *Titel der Zeitschrift*, *Jahrgang*, Seitenzahl-Seitenzahl.

(Noch) Nicht veröffentlichte Werke

- **Zur Publikation angenommenes Kapitel/Buch oder Artikel etc.:**
 - Autor, A. (in Druck). [...] – Rest wie oben
- **In Vorbereitung befindliches Kapitel/Buch oder Artikel etc.:**
 - Autor, A. (in Vorbereitung). [...] – Rest wie oben
- **Unveröffentlichte (Abschluss-)Arbeiten**
 - Autor, A. (Jahr). *Titel des Manuskripts*. Unveröffentlichte Diplomarbeit am Institut, Ort XY.
 - Buhl, C. (2010). *Validierung des Fragebogens zur wahrgenommenen Website-Usability*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Westfälische Wilhelms-Universität Münster.
- **Vorträge auf Tagungen**
 - Autor, A. (Jahr, Monat). *Titel des Vortrags*. Vortrag auf Tagung XY, Ort.
 - Malhotra, Y. & Galletta, D.F. (1999, Januar). *Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation*. Vortrag auf der 32nd Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii.

Online-Quellen

- **Autor wird angegeben:**
 - Autor, A. (Erscheinungsjahr). *Titel des Dokuments*. Abgerufen von Link.
 - Seven One Interactive (2008). *Relevant Set im Internet*. Abgerufen von http://www.sevenoneinteractive.de/uploads/media/08-04-02_relevant-set_PPT.pdf.
- **Autor wird nicht angegeben:**
 - Organ (Erscheinungsjahr). *Titel des Dokuments*. Abgerufen von Link.
- **oder**
 - Titel des Dokuments (Erscheinungsjahr). Abgerufen von Link.

Hier steht der Titel der Seminararbeit

Seminararbeit

Vorgelegt an der
Professur für Medienwirtschaft
Universitätsprofessor Heinz-Werner Nienstedt
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Betreuer:

.....

Von
cand . Rer. Oec. Franz Mustermann
Beispiel Str. 2
55099 Mainz
E-Mail
4. Fachsemester Medienmanagement
Matrikel-Nummer: 0000000

Mainz, 20. Juni 2014

Hier steht der Titel der Masterarbeit

**Hausarbeit zur Erlangung
des akademischen Grades
Master of Arts in Medienmanagement**

Vorgelegt dem Fachbereich
Sozialwissenschaften, Medien und Sport
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
(Professur für Medienwirtschaft)

Betreuer:

.....

Von

cand. Rer. Oec. Franz Mustermann

Beispiel Str. 2

55099 Mainz

E-Mail

9. Fachsemester Medienmanagement

Matrikel-Nummer: 0000000

Mainz, 20. Juni 2014

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, (Name), die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet zu haben.

Alle wortgemäßen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Quellen sind als solche gekennzeichnet.

Zusatz für Master-und Diplomarbeiten:

Die Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch nicht veröffentlicht und noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt worden.

Mainz, 30. Januar 2015

Unterschrift