



# Abschlussarbeiten am Institut für Marketing

## Hinweise für Master-, Diplom- und Bachelorarbeiten

Prof. Dr. Sven Reinecke

# Was ist der Sinn und Zweck der Abschlussarbeit?



- Die Abschlussarbeit ist eine Prüfungsarbeit.
- wissenschaftliche Arbeit mit eigenständigem Erkenntnisbeitrag zu einem relevanten Marketingthema
- saubere Literaturarbeit
- solide empirische Arbeit
- kritisch-reflektierende Grundhaltung
- eigenständiges Projektmanagement

# Welches ist die Aufgabe des Betreuers?



- Themenvergabe
- Feedback- und Inputgeber (Literatur, Empirie ...)
- wohlwollende Unterstützung und Beratung  
(Entscheidungen verbleiben beim Studenten/  
der Studentin)
- Begutachtung der Arbeit
  
- nicht:
  - Projektmanager der Abschlussarbeit
  - primärer Ansprechpartner für Partnerunternehmen
  - Prozessmanager mit Studierendensekretariat

# Wie erfolgt die Themenvergabe am Institut für Marketing?

- Themenliste auf Thesis-Portal:  
<https://ifmhsg.ch/en/teaching/thesis-application/>
- Bewerbungen erfolgen ausschliesslich über dieses Portal.
- Die gelisteten Themen entsprechen den Forschungsinteressen der Institutsmitarbeitenden; Referenten werden themenspezifisch zugewiesen.
- Eigene Themen können mit ausführlicher Beschreibung über das Portal vorgeschlagen werden. Die Wahrscheinlichkeit der Annahme eines eigenen Vorschlags hängt stark vom Thema und der Auslastung der Referenten ab.
- Es ist möglich, dass zeitweise gar keine Themen mehr vergeben werden können oder diese auf gewisse Programme, in denen die Referenten engagiert sind, beschränkt werden müssen.

# Kann die Arbeit in Kooperation mit einem Unternehmen erstellt werden?



- grundsätzlich möglich (z.B. bei besonderem Datenzugang)
- Eine doppelte Zielsetzung kann zu Zielkonflikten führen („Man ist Diener zweier Herren.“). Ein Beratungsprojekt ist keine wissenschaftliche Abschlussarbeit.
- Die Koordination und Abstimmung mit etwaigen Unternehmenspartnern ist Aufgabe der Studierenden, nicht des Referenten.
- Es empfiehlt sich, den Namen von Kooperationspartnern nicht in den Titel der Abschlussarbeit zu integrieren.

# Wie laufen Besprechungen mit dem Referenten ab?



- Grundsätzlich ist dem Referenten 3 Tage vor der Besprechung ein kurzes Paper mit folgenden Punkten per E-Mail zuzustellen:
  1. Problemstellung (2 Seiten)
  2. Zielsetzung (Haupt- und Unterziele) (1 Seite)
  3. Vorgehen/Methodik (Empirie) (1 Seite)
  4. Vorläufige Gliederung (1-2 Seiten)
  5. Konkrete Fragen an den Referenten
  
- Bei jedem Folgegespräch ist eine aktualisierte Version zuzustellen.
  
- Besprechungen erfolgen (themenabhängig) nicht immer mit dem Referenten, sondern auch mit den wissenschaftlichen Mitarbeitern des Instituts (Doktoranden).
  
- Anzahl der Gespräche: abhängig vom Unterstützungsbedarf, mindestens jedoch 2 (auch telefonisch oder per Zoom oder möglich, notfalls per E-Mail)
  
- Die Gesamtarbeit wird vorgängig vom Referenten nicht durchgesehen oder vorkorrigiert.

# Welche empirischen Methoden sind möglich?



- Der empirische Teil prägt massgeblich die wissenschaftliche Eigenleistung der Arbeit. Reine Literaturarbeiten sind selten (Ausnahme: Metastudien).
- Die Methodenwahl hängt letztlich von Thema und der Zielsetzung ab.
- Grundsätzlich sind sowohl qualitative Forschung (Experten-gespräche, Delphistudie, Fokusgruppen ...) als auch quantitative Forschung (meist standardisierte Befragungen, Experimente) sowie eine Kombination möglich.
- Die Beschaffung einer ausreichenden Datenbasis (z.B. Expertenakquisition, Adresspool für standardisierte Befragungen) ist Teil der Abschlussarbeit.
- Die Referenten geben Hinweise zu Datenerhebungs- und -auswertungsinstrumenten (IT-Tools).

# Wie umfassend muss die Empirie sein?



- themenabhängig, d.h. es gibt keine Grundregel
- bei qualitativer Forschung: Wichtig ist immer die Frage, ob weitere Gespräche zu einem Erkenntnisgewinn führen.
- quantitative Forschung (Faustregeln!!!):
  - Unter  $n = 30$  sind die meisten quantitativen Verfahren i.d.R. nicht zielführend.
  - Multivariate Analyseverfahren sind häufig erst ab  $n > 100$  wirklich ergiebig.
- Die empirische Dokumentation (z.B. Transkription von Interviews oder Datenauswertungen) erfolgt in der Regel im Anhang der Arbeit; Details sind mit dem Referenten zu besprechen.



# Welche Grundsätze gelten für den Aufbau der Arbeit?



- Die Einleitung besteht immer mindestens aus Problemstellung, Zielsetzung und einer Darstellung der Forschungsmethodik, ggf. noch Definitionen und – falls nicht aus der Disposition ersichtlich – einer Erläuterung des Aufbaus der Arbeit.
- Der rote Faden der Arbeit muss sowohl durch die Gliederung als auch den Text sichtbar werden.
- Eine „Kopflastigkeit“ der Arbeit (sehr grundsätzliche Vorstellung des Themas, allgemeine und breite Markt-/ Unternehmensbeschreibungen) ist zu vermeiden. Es gilt: Diagnosen statt Analysen. Der Fokus sollte auf dem zentralen Thema liegen.
- Abschlussarbeiten sind keine Lehrbücher. Der aktuelle Stand der Forschung ist prägnant darzulegen.
- Sehr wichtig sind eine kritische (!) Würdigung der eigenen Arbeit und die Darlegung des weiteren Forschungsbedarfs.

# Was ist bzgl. Literaturarbeit, Sprache & Formalia wichtig?

- Hier gelten die Grundsätze der Universität St. Gallen (HSG) für die jeweiligen Bachelor- und Masterarbeiten.
- Zitierweise und wissenschaftliche Dokumentation sollte so erfolgen, wie sie in den Lehrveranstaltungen zum wissenschaftlichen Arbeiten vermittelt wird. Wichtig sind:
  - Einheitlichkeit (eine durchgehende Zitierweise, z.B. APA-Methode),
  - wissenschaftliche Nachvollziehbarkeit,
  - Primär- vor Sekundärquellen,
  - Aktualität der Quellen,
  - Berücksichtigung der relevanten internationalen wissenschaftlichen Forschung,
  - Zurückhaltung bei und kritische Reflexion von Internetquellen.
- (Eigene) Abbildungen verbessern die Struktur und Übersichtlichkeit und erhöhen die Eigenleistung.
- Die wissenschaftliche Sprachqualität ist äusserst wichtig.

# Wie wird die Arbeit bewertet?



- Die Arbeit wird mit Hilfe des Beurteilungsformulars der Universität St. Gallen (HSG) bewertet.
- Die Höchstnote wird nur im Ausnahmefall und mit besonderer Begründung vergeben.
- Die Studierenden können das Gutachten nach der offiziellen Notenverkündung durch die Universität am Institut für Marketing einsehen (Antrag per Mail an den Referenten).
- Bezüglich Weitergabe der Arbeit an Externe sowie der Freigabe der Arbeit zur Veröffentlichung gelten die Regeln des Studierendensekretariat.



## Prof. Dr. Sven Reinecke

---

Universität St. Gallen (HSG)

Institut für Marketing

Geschäftsführender Direktor

Dufourstr. 40a

CH-9000 St. Gallen

Email: [Sven.Reinecke@unisg.ch](mailto:Sven.Reinecke@unisg.ch)

[www.ifm.unisg.ch](http://www.ifm.unisg.ch)



[www.facebook.com/ifmhsg](https://www.facebook.com/ifmhsg)



[www.linkedin.com/in/svenreinecke/](https://www.linkedin.com/in/svenreinecke/)

Tel.: +41 71 224 28 73