

## Dont´s – entwickelt aus typischen Fehlern bei Semesterarbeiten

(ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

von P. Anklam, LDT Nagold

- Erstes Betreuungsgespräch mit dem Dozenten nicht 1-2 Wochen vor Abgabe!!! Sollte mindestens ein paar Monate zurückliegen! Nutzung aller 3 Gespräche ist obligatorisch.
- Kommafehler, insbes. bei eingeschobenen Sätzen (sehr häufiger Fehler!!!!)
- daß/ das
- Groß-/ Kleinschreibung (Word-Auto-Funktion beim Schreiben ausschalten) – oft ist der Anfangsbuchstabe groß statt klein durch die Autofunktion in Word
- Absätze ohne Unterbrechung falsch → nach etwa 1/3 Seite Leerzeile einfügen
- Ich-/Wir-Form nicht erlaubt. Richtig: „der Verfasser meint,...“, man, es, die Firma sollte,...
- Satzbau oft falsch oder zu kompliziert. Lieber mit kurzen, unverschachtelten Sätzen arbeiten (K.I.S.S. = Keep it short and simple).
- Wortwahl/ Sprachstil: Sich am üblichen (professionellen) Stil orientieren wie z.B. bei Fachbüchern, wissenschaftlichen Reports, seriösen Studien, Beiträge im Spiegel/Impulse etc... orientieren. Keine selbst erfundenen Worte, Talkshow-Niveau, Berichtsstil, Romanstil oder Journalistenstil, die Arbeit ist außerdem kein Deutschauufsatz oder auch kein Internet-Blog.
  
- Keine unseriösen, z.T. ungesicherten Quellen verwenden (z.B. WIKIPEDIA, meine-stadt.de). Wikipedia NUR als Quelle weiterführender Literatur verwenden!
- Mehrere Quellen als Stütze für eine Aussage nehmen, nicht nur eine
- Quellen am besten systematisch in Universitätsbibliotheken suchen (mit Suche nach Sachgebieten), nicht über Suchmaschinen im Internet mit zufälligem Ergebnis. Z.B. bei Corporate Identity ein wissenschaftliches Standardwerk für CI (z.B. Birkigt/Stadler bzw. an einer deutschen Universität geschriebenes Werk) verwenden und nicht irgendeine mit Google zufällig gefundene Internetquelle (z.B. IHK Oberschwaben, Pressebericht zum Festjubiläum oder Radiointerview des örtlichen Einzelhandels-Präsidenten etc...). Man kann sich auch an renommierten Buchverlagen orientieren (z.B. Gabler, Oldenbourg, Poeschel, Beck, dtv...)
- Originalquellen haben Vorzug, keine Zweitzitate. Wenn also z.B. Dozent Anklam im Skript den Autor Prof.Dr.Gälweiler der HSG St. Gallen zitiert, dann nicht dieses Zitat abschreiben, sondern sich idealerweise direkt das Buch von Gälweiler besorgen und dort das Zitat und die Quelle notieren.
- Quelle beinhaltet: Autor/Person, Titel (vollständig), Ort, Datum, Gesamtwerk. Z.B.: Müller, J.; „Die Zukunft des Textilhandels“, in: BTE-Jahresreport 2007, hrsg. von BTE, Köln 2008, S. 124-132
  
- Gliederung MUSS eine Hierarchie aufweisen (Oberpunkte = Hauptthemen/Kapitel sowie Unterpunkte = Teilthemen). Z.B. nicht lose, unendliche Reihenfolge der Numerierung, z.B. bei Teil 3. Punkte von 3.1. bis 3.17
- Gliederung: In jedem Fall die Seitenzahl pro Punkt angeben (auf welcher Seite befindet sich welches Thema)

- Gliederung: Nicht einen Unterpunkt anfangen und dann kommt kein darauffolgender. Also NICHT:
  - 3.1. Werbeplanung
    - 3.1.1. Werbemittel**
  - 3.2. Visual Merchandising

→ Also dann 3.1.1. weglassen und in 3.1. integrieren...
- Für 2 Sätze keinen eigenen Gliederungspunkt aufmachen (muß sich lohnen, also mindestens eine halbe Seite).
- Seitenumfang eines Kapitels soll zur Gewichtung passen, die das Thema angibt. Z.B. Betriebsanalyse mit Schwerpunkt Sortiment der Fa. Müller in Emburg. Dann nicht die Firmenhistorie auf 20 Seiten, die Werbepolitik auf 15 Seiten und die Sortimentsanalyse nur auf 6 Seiten dimensionieren (→ am Thema vorbei!)
- Möglichst viel visualisieren (Bilder, Grafiken, Skizzen, Landkarten, Tabellen, Übersichten) → der Leser steckt längst nicht so drin im Thema wie der Verfasser.
- Abwechslung für den Leser bringen. Nicht 5 Seiten endloser Text. Besser: Text mit Fotos, Tabellen, Grafiken, gescannten Skizzen etc. beleben, Jedoch NICHT im Zeitungsstil (z.B. 2-spaltiger Text links und Bild rechts).
- „Links“ zwischen den Kapiteln und Abschnitten bringen, also passender Überleitungstext. Kapitel sollten auch inhaltlich eine Verbindung haben (wenn nicht, dann ist ja die Gliederung falsch!). Auch sollte man sich im Schlußteil auf alle vorigen Kapitel beziehen und nichts auslassen.
- Thema „Maßnahmen/Empfehlungen“ zum Schluß wird oft aus Zeitgründen gekappt bzw. sehr kurz gehalten. Es sollte ein angemessener Anteil dafür vorhanden sein, je nach Thema. Z.B. bei einer Firmenanalyse mit 40 Seiten sollte der Maßnahmenteil mind. 10 Seiten beinhalten.
- Zuviel Deskription, zuwenig Eigenleistung. Selbst danach schauen, daß genügend Analytisches und/oder Kreatives und/oder Eigenentwicklung dabei ist. Die bloße Beschreibung bereits entschiedener Sachverhalte bzw. bloßes Dokumentieren/ Protokollieren langweilt den Leser und den Verfasser und bringt niemandem etwas.
- Kein „Hornberger Schießen“; also am Anfang klare Zielsetzung hinschreiben und dann die Inhalte nach diesem roten Faden ausrichten und am Schluß auf die Zielsetzung wieder hinweisen. Wurde sie erreicht oder nicht und warum...
- Pro Kapitel eine klare Zielsetzung und am Ende ein kurzes Fazit dazuschreiben (z.B. in Form einer Positiv-/Negativ-Bilanz).
- Ausreichend Ursacheninterpretationen und mehrdimensionale Schlußfolgerungen (also kapitelübergreifend) - nicht nur das WAS beschreiben, sondern auch das WARUM und WOHER.
- Umfragen/ Kundenanalysen: Univariate Auswertungen immer trennen in a) Befragtenstruktur (= analytische Daten/Fragen) und b) inhaltliche Fragen. Bei a) grundsätzlich immer mit BRD-Ø-Daten (Sekundärdaten) vergleichen und dann schlußfolgern.

- Standortanalyse: Sekundärdaten möglichst aktuell, immer in %, immer mit räumlichem und zeitlichem Vergleich. Nur problemrelevante Infos! Bsp:

Falsch:

| <b>Altersgruppen Nagold</b> | <b>Personen</b> |
|-----------------------------|-----------------|
| Bis 15 Jahre                | 3.400           |
| 15-65 Jahre                 | 12.500          |
| Über 65 Jahre               | 7,800           |

Richtig:

| Alter       | Stadt GAP<br>2004<br><b>Struktur %</b> | Stadt GAP<br>2010<br><b>Struktur in %</b> | Landkreis GAP<br><b>Struktur</b><br>in % (Jan 2010) | BAYERN Ø<br><b>Struktur</b><br>in % (Jan 2010) |
|-------------|--|---|---|--|
| < 15 Jahre  | 13,6                                   | 12,9                                      | 15,3  | <b>16,3</b>                                    |
| 15-18 J     | 2,5                                    | 2,3                                       | 2,7   | <b>3,1</b>                                     |
| 18-25 J     | 7,2                                    | 7,2                                       | 7,4   | <b>7,8</b>                                     |
| 25-40 J     | 19,6                                   | 19,6                                      | 17,2  | <b>23,5</b>                                    |
| 40-65 J     | 36,0                                   | 35,9                                      | 32,3  | <b>33,0</b>                                    |
| ab 65 Jahre | 24,3                                   | 23,3                                      | 19,2  | <b>16,2</b>                                    |

- Mitbewerberanalyse: Konkurrenten in jedem Fall sortimentsbezogen analysieren, also die einzelnen Abteilungen/Shops (z.B. DOB, HAKA bzw. Mexx-Shop...) einzeln abmessen (qm feststellen) und einzeln Umsätze schätzen und begründen (pro Teilfläche). Am Schluß eine tabellarische Übersicht aller Mitbewerber auf einer Seite bringen nach obigen Kriterien. Geschätzten qm-Umsatz-Level mit Sekundärdaten (HGZ 1993) abgleichen (kann das sein?).
- Mitbewerberanalyse: KEINE Verbesserungsvorschläge für diese machen (Sinn?)
- Einzugsgebiet: Eckorte genauestens begründen (u.a. Einwohnerzahl, Beschäftigte im Handel dort und idealerweise Bekleidungs-Handelsumsatz bzw. Anzahl der relevanten Geschäfte in diesem Ort). Einwohner-Gesamtzahl des Einzugsgebietes: Addition aller relevanten Gemeinden genauestens auflisten und je Landkreis mit eigener Kaufkraftziffer arithmetisch gewichten.
- Arbeitsaufwand muß vergleichbar sein, ein gewisser Mindeststandard muß eingehalten werden. Die üblichen Anforderungen können sicher nicht erfüllt werden, wenn 2 Woche vor Abgabe mit dem Schreiben begonnen wird.