

ProfNet TextService

-Prüfbericht-



Münster, den 20.08.2025



ProfNet TextService - Zusammenfassung

TextService
Prüfbericht

2265116

20.08.2025

2

- Autor Dr. Mario Voigt
- Titel Das Internet im US-Wahlkampf. ...
- Typ Beitrag-wissenschaftlicher
- Abgabetermin 20.10.2004
- Hochschule
- Fachbereich
- Studiengang
- Fachrichtung Politikwissenschaften
- Erstgutachter
- Zweitgutachter
- Prüfdatum 20.08.2025

- | | | | |
|------------------|-------|-----------------------------|--------------------------|
| • Dateigröße | 4.289 | • Abbildungsverzeichnis | ☐ |
| • Seiten | 2 | • Abkürzungsverzeichnis | ☐ |
| • Absätze | 3 | • Anhang | ☐ |
| • Sätze | 38 | • Eidesstattliche Erklärung | ☐ |
| • Wörter | 558 | • Inhaltsverzeichnis | ☐ |
| • Zeichen | 3.467 | • Literaturverzeichnis | ☐ |
| • Abbildungen | 0 | • Quellenverzeichnis | ☐ |
| • Tabellen | 0 | • Stichwortverzeichnis | ☐ |
| • Fußnoten | 0 | • Sperrvermerk | ☐ |
| • Literatur | 0 | • Symbolverzeichnis | ☐ |
| • Wörter (netto) | 558 | • Tabellenverzeichnis | ☐ |
| | | • Vorwort | ☐ |

Analysetyp Indizien

- **Eigenplagiat** 9
- Anteil Fremdtex te (netto): 85 % (476 von 558 Wörtern)
- Phrase-allgemein 1
- **Zitat-Fremdtext-ohne Quelle** 2
- Anteil Fremdtex te (brutto): 91 % (507 von 558 Wörtern)

● **99%** Gesamtplagiatswahrscheinlichkeit

Alle Ergebnisse dieses Reports werden von der Software automatisch berechnet, so dass alle Angaben jeweils den Stand der Software-Entwicklung wiedergeben.

ProfNet TextService - Ergebnisse Textanalyse (Indizien/alle Analysen)

TextService

Prüfbericht

2265116

20.08.2025

3

Kriterium	Dimension	Prüfdokument	Erstgutachter	Fachbereich	Hochschule	Fachrichtung	Beiträge (wissens.)	Seminararbeiten	Bachelorarbeiten	Diplomarbeiten	Masterarbeiten	Dissertationen	Habilitationen	alle
Dokumente	Anzahl	1	0	0	0	1.288	7.772	1.399	9.531	11.064	2.703	74.855	1.723	2,1 Mio
Abbildungen	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	3	1	2	9	9	7	7	3	1
Absätze	Anzahl (Durchschn.)	3	0	0	0	638	149	116	220	342	313	533	486	24
Fußnoten	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	248	16	36	55	66	59	112	100	5
Literatur	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	6	1	3	2	2	2	5	6	1
Sätze	Anzahl (Durchschn.)	38	0	0	0	3.010	477	478	934	1.418	1.405	2.341	2.055	101
Seiten	Anzahl (Durchschn.)	2	0	0	0	175	24	31	70	103	96	157	118	7
Tabellen	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	2	1	1	3	4	4	5	2	1
Wörter	Anzahl (Durchschn.)	558	0	0	0	54.390	8.646	7.698	14.862	22.970	23.249	38.896	34.545	1.668
Zeichen	Anzahl (Durchschn.)	3.467	0	0	0	356.777	52.821	50.145	98.170	151.606	150.366	257.209	232.878	11.002
Zitate (wörtl.)	Anzahl (Durchschn.)	8	0	0	0	248	32	37	41	80	78	136	142	6

Legende: Die Spalte "Erstgutachter" enthält die Ergebnisse für alle vom Erstgutachter begutachteten Prüfungsarbeiten, also nicht seine eigenen Publikationen.

Die statistischen Ergebnisse der Textanalyse des Prüfdokumentes werden mit den Ergebnissen aller analysieren Texte verglichen.

ProfNet TextService - Ergebnisse Textvergleich (Indizien/netto/alle Vergleiche)

TextService
Prüfbericht

2265116

20.08.2025

4

Kriterium	Dimension	Prüfdokument	Erstgutachter	Fachbereich	Hochschule	Fachrichtung	Beiträge (wissens.)	Seminararbeiten	Bachelorarbeiten	Diplomarbeiten	Masterarbeiten	Dissertationen	Habilitationen	alle
Dokumente	Anzahl	1	0	0	0	786	560	300	7.109	7.810	2.052	40.294	1.106	153.076
Ähnlichkeitsplagiat	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	17	4	1	9	3	12	7	5	4
Bauernopfer-Abs.	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	9	1	1	1	2	2	4	2	2
Bauernopfer-Satz	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	71	8	4	14	14	16	36	27	20
Bauernopfer-Zitat	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	4	1	1	1	1	1	1	1	1
Eigenplagiat	Anzahl (Durchschn.)	9	0	0	0	11	7	1	1	1	1	1	3	2
Mischplagiat 1	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Mischplagiat >1	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	8	2	1	1	2	2	3	3	2
Teilplagiat	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	20	4	3	4	6	6	11	9	7
Zitatveränderung	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	15	1	1	2	3	4	4	8	3
Zitierungsfehler	Anzahl (Durchschn.)	0	0	0	0	42	2	4	11	6	7	11	11	7

Legende: Die Spalte "Erstgutachter" enthält die Ergebnisse für alle vom Erstgutachter begutachteten Prüfungsarbeiten, also nicht seine eigenen Publikationen.

● **99%** Gesamtplagiatswahrscheinlichkeit

Die Textvergleichsergebnisse des Prüfdokumentes werden mit allen analysierten Texten verglichen. Die Plagiatswahrscheinlichkeit wird grob vom Programm automatisch berechnet.

Textstelle (Prüfdokument) S. 1

strikte Veröffentlichungsregelungen über Wahlkampfspenden. Es verwundert daher nicht, dass die regelmäßigen Veröffentlichungen zu Kampagnen-Events gestaltet werden: Zehn Tage vor dem Ende der Frist startet man eine Aktion, um einen bestimmten Betrag zu sammeln ("5\$ Million in 10 Days"). Diese Last-Minute- Aufrufe für letzte Spenden spielt mit dem amerikanischen "Horse-race"- Journalismus, in dem Geschichten über die Höhe des Spendensammelns und zu niedrige oder zu hohe Erwartungen ein größere Rolle einnehmen als die möglichen thematischen Diskussionen. In diesem Präsidentschaftswahlkampf ist die "Money primary" eng an das Internet gekoppelt, da es das Sammeln und Verbreiten der finanziellen Daten immens beschleunigt hat. Der Nutzen der Internettechnologie gewinnt erhöhte Bedeutung unter den neuen Regeln des Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA)". Das Gesetz legt der nationalen Wahlbehörde (FEC) auf, innerhalb von ... (30 Tage vor den Vorwahlen und 60 Tage vor der Wahl) "soft-money"- gesponserte Fernseh- oder Radiowerbung zu senden; d.h. der jeweilige Präsidentschaftskandidat darf nicht genannt werden. Dies machte das Internet zum einzigen nationalen Medium für soft-money-campaigner während der kritischen Wahlkampfzeit. Die wichtigste Erkenntnis aus dem Online-Fundraising ist die Bindung an konkrete Vorhaben. Per E-Mail und auf der Webseite wird ein (wenn auch nur theoretisch geschaffener) Grund für Dringlichkeit angezeigt ("Pseudo- Events"). Ebenso steigert die Verbindung mit einem Image zur Nachvollziehbarkeit der Einnahmen (Barometer, etc.) die Antwortrate - "charting the progress". Durch ein visuelles Element erhöht sich auch das Interesse der Spender den Verlauf zu verfolgen und ggf. noch ein paar Dollars draufzupacken, um die 100 000,200 000 oder 500 000 zu vervollständigen.



100% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

Textstelle (Originalquellen)

senden. Schnelle Reaktionszeit der Kampagne wird erwartet. Neben den Kampagnen sind folgende Blogs erfolgreich: <http://www.counterpunch.org> <http://www.andrewsullivan.com> <http://www.change4americablog.com> <http://www.salon.com> <http://www.dailykos.com> 12 F) Fundraising- Geldgewinnung online Die USA haben strikte Veröffentlichungsregelungen über Wahlkampfspenden. Es verwundert daher nicht, dass die regelmäßigen Veröffentlichungen zu Kampagnen-Events gestaltet werden: Zehn Tage vor dem Ende der Frist startet man eine Aktion, um einen bestimmten Betrag zu sammeln ("5\$ Million in 10 Days"). Diese Last-Minute- Aufrufe für letzte Spenden spielt mit dem amerikanischen "Horse-race"- Journalismus, in dem Geschichten über die Höhe des Spendensammelns und zu niedrige oder zu hohe Erwartungen ein größere Rolle einnehmen als die möglichen thematischen Diskussionen. In diesem Präsidentschaftswahlkampf ist die "Money primary" eng an das Internet gekoppelt, da es das Sammeln und Verbreiten der finanziellen Daten immens beschleunigt hat. Der Nutzen der Internettechnologie gewinnt erhöhte Bedeutung unter den neuen Regeln des " Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA)". Das Gesetz legt der nationalen Wahlbehörde (FEC) auf, innerhalb von 48 Stunden nach Bekanntgabe die finanzielle Situation der Kandidaten über das Internet zugänglich zu machen (2003 alle 3 Monate, 2004 jeden Monat). Vielmehr noch verbietet der Kandidaten über das Internet zugänglich zu machen (2003 alle 3 Monate, 2004 jeden Monat). Vielmehr noch verbietet das neue Gesetz in einem bestimmten Zeitraum (30 Tage vor den Vorwahlen und 60 Tage vor der Wahl) " soft-money" gesponserte Fernseh- oder Radiowerbung zu senden; d.h. der jeweilige Präsidentschaftskandidat darf nicht genannt werden. Dies machte das Internet zum einzigen nationalen Medium für soft-moneycampaigner während der kritischen Wahlkampfzeit. Die wichtigste Erkenntnis aus dem Online-Fundraising ist die Bindung an konkrete Vorhaben. Per E- Mail und auf der Webseite wird ein (wenn auch nur theoretisch geschaffener) Grund für Dringlichkeit angezeigt ("Pseudo-Events"). Ebenso steigert die Verbindung mit einem Image zur Nachvollziehbarkeit der Einnahmen (Barometer, etc.) die Antwortrate - "charting the progress". Durch ein visuelles Element erhöht sich

- 1 Voigt, Mario: Der amerikanische Wahlkampf 2004. A..., 2004, S. 12

TextService
Prüfbericht

2265116

20.08.2025

5

Textstelle (Prüfdokument) S. 1

Die Lektion im Spendensammeln des Jahres 2004 ist: Menschen spenden, wenn sie schnelle Resultat und konkrete Umsetzungen ihres Geldes sehen. Bsp. "Spenden Sie, damit wir für \$40 000 eine Anti-Kriegsanzeige in der New York Times schalten können!"; "Wir brauchen noch \$250 000, um einen Fernsehspot in Miami zu schalten!", etc. Die durchschnittliche Spendenhöhe variiert stark. Die Online-Spenden sind mit durchschnittlich 120-150 Dollar höher als Spenden, die per Telefon oder Direct Mail eingesammelt werden (fünfzig bis sechzig Dollar) - dies mag an der Kaufkraftstärke der Internetnutzer liegen. Jedoch ist auch ein weiterer Trend zu verzeichnen, durch eine Diversifizierung der Spenderbasis auch mit kleineren Spenden (\$25,\$50,\$100) hohe Einnahmen zu erzielen. Besonders erfolgreich erwies sich die Kampagne von Howard Dean, die ungefähr die Hälfte ihrer \$50 Millionen Spendengelder aus Online-Zuwendungen erhielt und 75% davon durch E-Mail generierte. Hinzutritt, dass Online-Fundraising im Vergleich zu anderen Methoden kostengünstiger für die Kampagnen ist: Die Kosten online betragen rund 10 Cent pro eingesammelten Dollar, per Veranstaltungen: 30-40 Cents, per Post: 50 Cents, per Telefon: 70-80 Cent bei professionellen Telefonbanken. 2 ... siebzig Jahren beim fundraising. Als bester Weg schnell Geld zu akquirieren, erweisen sich E-Mails. In ihnen erfolgen in regelmäßigen Abständen und an konkrete Vorhaben gebundene Anfragen. Die Ansprache sollte nicht anonym durch die Kampagne, sondern durch den Kandidaten oder den Kampagnenmanager erfolgen. Generell gilt, kürzere E-Mails wirken besser. Amerikanische Online-Fundraiser empfehlen, falls Hyperlinks in die E-Mail eingebunden sind, sollten sie ganz oder nahe am Anfang stehen. Ein Großteil der Spenden wird durch direkte Eingabe der Kreditkartennummer akquiriert. Dabei platziert man Kleingedrucktes (Gesetze und Regelungen) auf einer Extraseite. Des Weiteren werden von amerikanischen Kampagnen Formularen zum Ausdrucken angeboten, um auch Spenden per Fax zu ermöglichen. Wie bei allen Fundraisingaktivitäten gibt es auch beim Online-Fundraising ein intensives tracking der Spendensummen, -häufigkeit und auch der Ansprache, auf die reagiert



100% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

Textstelle (Originalquellen)

auch das Interesse der Spender den Verlauf zu verfolgen und ggf. noch ein paar Dollars draufzupacken, um die 100 000, 200 000 oder 500 000 zu vervollständigen. Auch die Kerry-Kampagne verwandt ein Barometer zur Anzeige der Spendeneinnahmen Die Lektion im Spendensammeln des Jahres 2004 ist: Menschen spenden, wenn sie schnelle Resultat und konkrete Umsetzungen ihres Geldes sehen. Bsp. "Spenden Sie, damit wir für \$40 000 eine Anti-Kriegsanzeige in der New York Times schalten können!"; "Wir brauchen noch \$250 000, um einen Fernsehspot in Miami zu schalten!", etc. Die durchschnittliche Spendenhöhe variiert stark. Die Online-Spenden sind mit durchschnittlich 120- 150 Dollar höher als Spenden, die per Telefon oder Direct Mail eingesammelt werden (fünfzig bis sechzig Dollar) - dies mag an der Kaufkraftstärke der Internetnutzer liegen. Jedoch ist auch ein 13 weiterer Trend zu verzeichnen, durch eine Diversifizierung der Spenderbasis auch mit kleineren Spenden (\$25,\$50,\$100) hohe Einnahmen zu erzielen. Besonders erfolgreich erwies sich die Kampagne von Howard Dean, die ungefähr die Hälfte ihrer \$50 Millionen Spendengelder aus Online- Zuwendungen erhielt und 75% davon durch E-Mail generierte. Hinzutritt, dass Online-Fundraising im Vergleich zu anderen Methoden kostengünstiger ist: Die Kosten online betragen rund 10 Cent pro eingesammelten Dollar, per Veranstaltungen: 30-40 Cents, per Post: 50 Cents, per Telefon: 70-80 Cent

Howard Dean, die ungefähr die Hälfte ihrer \$50 Millionen Spendengelder aus Online- Zuwendungen erhielt und 75% davon durch E-Mail generierte. Hinzutritt, dass Online-Fundraising im Vergleich zu anderen Methoden kostengünstiger ist: Die Kosten online betragen rund 10 Cent pro eingesammelten Dollar, per Veranstaltungen: 30-40 Cents, per Post: 50 Cents, per Telefon: 70-80 Cent bei professionellen Telefonbanken. Etwa vierzig Prozent der Online-Spender geben zum ersten Mal Geld an eine politische Kampagne. Das Durchschnittsalter liegt bei vierzig bis fünfzig Jahren und damit unter dem üblichen Altersschnitt von sechzig bis siebzig Jahren beim fundraising. Als bester Weg schnell Geld zu akquirieren, erweisen sich E-Mails. In ihnen erfolgen in regelmäßigen Abständen und an konkrete Vorhaben

- 1 Voigt, Mario: Der amerikanische Wahlkampf 2004. A..., 2004, S. 12
- 1 Voigt, Mario: Der amerikanische Wahlkampf 2004. A..., 2004, S. 13

TextService
Prüfbericht

2265116

20.08.2025

6



Textstelle (Prüfdokument) S. 1

Textstelle (Originalquellen)

TextService
Prüfbericht

2265116

20.08.2025

7

gebundene Anfragen. Die Ansprache sollte nicht anonym durch die Kampagne, sondern durch den Kandidaten oder den Kampagnenmanager erfolgen. Generell gilt, kürzere E-Mails wirken besser. Amerikanische Online-Fundraiser empfehlen, falls Hyperlinks in die E-Mail eingebunden sind, sollten sie ganz oder nahe am Anfang stehen. Ein Großteil der Spenden wird durch direkte Eingabe der Kreditkartennummer akquiriert. Dabei platziert man Kleingedrucktes (Gesetze und Regelungen) auf einer Extraseite. Des Weiteren werden von amerikanischen Kampagnen Formularen zum Ausdrucken angeboten, um auch Spenden per Fax zu ermöglichen. Wie bei allen Fundraisingaktivitäten gibt es auch beim Online-Fundraising ein intensives tracking der Spendensummen, -häufigkeit



0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

Quellenverzeichnis

- 1 Voigt, Mario: Der amerikanische Wahlkampf 2004. American Campaigning revisited, 2004
https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=a19549a1-5c4e-ba26-a16e-4dc845dc91fd&groupId=252038

TextService
Prüfbericht
2265116
20.08.2025
8



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

Glossar

TextService

Prüfbericht

2265116

20.08.2025

9

- Ähnlichkeitsfehler
Indizien auf mangelhafte Zitierung von inhaltlichen Übernahmen.
- Ampel
Entsprechend der Gesamtwahrscheinlichkeit wird ein Rating der Schwere durch die Ampelfarbe berechnet: grün (bis 19 %) = wenige Indizien unterhalb der Bagatellschwelle; gelb (20 bis 49 %) - deutliche Indizien enthalten, die eine Plagiatsbegutachtung durch den Prüfer notwendig machen; rot (ab 50 %) = Plagiate liegen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit vor, die eine Täuschungsabsicht dokumentieren. Bei publizierten Dissertationen sollte ein offizielles Verfahren zur Prüfung und/oder zum Entzug des Dokortitels eröffnet werden.
- Anteil Fremdtex te (brutto)
Anteil aller durch die Software automatisch gefundenen Bestandteile aus anderen Texten am Prüftext (von mindestens 7 Wörtern) in Prozent und Anzahl der Wörter gemessen. Dabei wird noch keine Interpretation auf Plagiatsindizien oder korrekte Übernahmen (z.B. Zitat, Literaturquelle) vorgenommen.
- Anzahl Fremdtext (netto)
Anteil aller durch die Software automatisch gefundenen und als Plagiatsindizien interpretierten Bestandteile aus anderen Texten am Prüftext (von mindestens 7 Wörtern) in Prozent und Anzahl der Wörter gemessen.
- Bauernopfer
Fehlende Quellenangabe bei einer inhaltlichen oder wörtlichen Textübernahme, wobei die Originalquelle an anderer Stelle des Textes (außerhalb des Absatzes, des Satzes, des Halbsatzes oder des Wortes) angegeben wird.
- Compilation
Zusammensetzen des Textes als "Patchwork" aus verschiedenen nicht oder unzureichend zitierten Quellen.
- Eigenplagiat
Inhaltliche oder wörtliche Übernahme eines eigenen Textes des Autors ohne oder mit unzureichender Kennzeichnung des Autors. Auch wenn hier nur eigene Texte und Gedanken übernommen werden, handelt es sich um eine Täuschung. Die Prüfer oder Leser gehen davon aus, dass es sich hier um neue Texte und Gedanken des Autors handelt.
- Einzelpagiatswahrscheinlichkeit
Grobe Berechnung der Wahrscheinlichkeit des Vorliegens eines Plagiats des einzelnen Treffers (oder der Treffer) auf einer Seite im Prüfbericht.

- Gesamtplagiatswahrscheinlichkeit
Berechnung der Wahrscheinlichkeit des Vorliegens von Plagiaten durch Verknüpfung der Indizienanzahl, des Netto-Fremdtextanteils und der Schwere der einzelnen Plagiatsindizien.
- Ghostwritersuche
Über den statistischen Vergleich der Texte (Stilometrie) wird eine Wahrscheinlichkeit berechnet, ob die Texte von demselben Autor stammen.
- Indizien
Dieser Prüfbericht gibt nur die von der Software automatisch ermittelten Indizien auf eine bestimmte Plagiatsart wieder. Die Feststellung eines Plagiats kann nur durch den Gutachter erfolgen.
- Literatur - nicht in den Fußnoten
Das Literaturverzeichnis muss alle genutzten Literaturquellen angeben, somit muss jede Quelle auch in einer Fußnote zitiert werden.
- Literaturanalyse
Die im Prüftext enthaltenen Literatureinträge im Literaturverzeichnis werden analysiert: Wird die Quelle im Text zitiert? Handelt es sich um eine wissenschaftliche Quelle? Wie alt sind die Quellen?
- Mischplagiat - eine Quelle
Der Text wird hierbei aus verschiedenen Versatzstücken einer einzigen Quelle zusammengesetzt, also gemischt.
- Mischplagiat - mehrere Quellen
Der Text wird hierbei aus verschiedenen Versatzstücken aus verschiedenen Quellen zusammengesetzt, also gemischt.
- Phrase
Die übernommenen Textstellen stellen allgemeintypische oder fachspezifische Wortkombinationen der deutschen Sprache dar, die viele Autoren üblicherweise verwenden. Solche Übernahmen gelten nicht als Plagiate.
- Plagiat
Übernahme von Leistungen wie Ideen, Inhalten, Daten oder Texten von anderen - ohne vollständige oder ausreichende Angabe der Originalquelle.
- Plagiatsanalyse
Gefundene gleiche Textstellen (= Treffer) werden durch die Software automatisch auf spezifische Plagiatsindizien analysiert.

Glossar

TextService
Prüfbericht

2265116

20.08.2025

11

- **Plagiatssuche**
Mit Hilfe von Suchmaschinen wird im Internet, in der Nationalbibliothek und im eigenen Dokumentenbestand nach Originalquellen mit gleichen oder ähnlichen Textstellen gesucht. Diese Quellen werden alle vollständig Wort für Wort mit dem Prüftext verglichen. Plagiatsindizes werden für Textstellen ab 5 relevanten Wörtern berechnet.
- **Plagiatswahrscheinlichkeit**
Grobe Berechnung der Wahrscheinlichkeit des Vorliegens von Plagiaten auf der Basis der Plagiatsindizes. Die Ampel zeigt drei Ergebnisse an: grün - keine Wahrscheinlichkeit des Vorliegens von relevanten Plagiaten und somit keine weitere Überprüfung notwendig, gelb - mögliches Vorliegen von relevanten Plagiaten und somit eine weitere Überprüfung empfohlen, rot - hohe Wahrscheinlichkeit des Vorliegens von relevanten Plagiaten und somit Ablehnung oder Einleitung eines Verfahrens notwendig.
- **Stilometrie**
Texte werden dabei einzeln nach statistischen Kennzahlen (z.B. durchschnittliche Länge der Wörter, Häufigkeit bestimmter Wörter) analysiert. Sind diese Kennzahlen für zwei Texte ähnlich, liegt hier statistisch der gleiche "Stil" und somit mit hoher Sicherheit der selbe Autor vor.
- **Teilplagiat**
Ein Textbestandteil einer Quelle wurde vollständig ohne ausreichende Zitierung kopiert.
- **Textanalyse**
Der einzelne Text wird durch die Software automatisch für sich allein analysiert, z.B. nach statistischen Kennzahlen, benutzter Literatur, Rechtschreibfehlern oder Bestandteilen. Je nach Stand der Softwareentwicklung sind die absoluten Ergebnisse (z.B. Erkennung von Abbildungen, Fußnoten, Tabellen, Zitaten) im einzelnen eingeschränkt aussagefähig. Aufgrund der immer für alle Texte durchgeführten Analysen sind die relativen Unterschiede zwischen den Spalten (z.B. Diplomarbeit vs. Dissertation) uneingeschränkt aussagefähig.
- **Textvergleich**
Jeder Text wird mit anderen älteren Texten vollständig verglichen. Gefundene gleiche Textstellen werden in einem weiteren Schritt z.B. auf Plagiatsindizes hin untersucht.
- **Übersetzungsplagiat**
Nutzung eines fremdsprachigen Textes durch Übersetzung.

Glossar

- Verschleierung
Ein Text wird ohne eindeutige Kennzeichnung (i.d.R. durch Anführungszeichen) Wort für Wort übernommen, aber mit Angabe der Quelle in der Fußnote. Dadurch wird der Prüfer getäuscht, der von einer nur inhaltlichen Übernahme ausgehen muss.
- Vollplagiat
Der gesamte Text wird vollständig ohne Zitierung kopiert.
- Zitat - wörtlich
Übernommener Text wird z.B. mit Anführungszeichen korrekt dargestellt. Dieses wörtliche Zitat darf keine Veränderungen, Ergänzungen oder Auslassungen enthalten. Fehlt für das Zitat nach der Plagiatssuche ein Nachweis in einer Originalquelle, so wird der Treffer als "Zitat-wörtlich-im Text" bezeichnet.
- Zitat - wörtlich - Veränderung
Einzelne Wörter einer korrekt gekennzeichneten wörtlichen Übernahme werden verändert oder weggelassen, ohne dass der Sinn verändert wird. Z.B.: "Unternehmung" wird durch "Unternehmen" ersetzt.
- Zitat - wörtlich - Verdrehung
In dem korrekt gekennzeichneten übernommenen wörtlichen Text wird der Sinn durch Austausch einzelner Wörter deutlich verändert. Beispiel: "überentwickelten" statt "unterentwickelten".
- Zitierungsfehler
Arbeitsbezeichnung für eine wörtliche Textübernahme, die nur als inhaltliche Textübernahme (Paraphrase) gekennzeichnet wird.

TextService
Prüfbericht
2265116
20.08.2025
12

