

Wikipedia als Teil der PR-Strategie

Umgang mit “Bezahltem Schreiben”

AdminCon 2022

Abriss über die Problemstellung

Paid Editing ist nach den Regeln der Wikipedia erlaubt,
ABER nur unter Auflagen:

- dies wären eine Verifikation, wenn dazu die Voraussetzungen, wie sie auf der Seite [Benutzerverifizierung](#) genannt sind, vorliegen.

Abriss über die Problemstellung

- die Kenntlichmachung [per ToU](#) in denen von der WMF vorgegebenen Methoden:
 - eine Erklärung auf der Nutzerseite, oder
 - eine Erklärung auf der Diskussionsseite, die bezahlte Beiträge begleitet, oder
 - eine Erklärung in der Bearbeitungszusammenfassung, die bezahlte Beiträge begleitet.

Abriss über die Problemstellung

- Die in den ToU geforderte Offenlegung muss zudem folgende Daten beinhalten:
 - **Arbeitgeber,**
 - **Kunden** und die
 - **Zugehörigkeit in Bezug auf alle Beiträge,** für die eine Vergütung erhalten oder erwartet wird.

Abriss über die Problemstellung

- Allgemein gelten auch für PE-Schreiber die üblichen Regeln und Vorschriften der Wikipedia:
 - Neutrale Artikel, Informationen per [[WP:NPOV]]
 - Einen IK erkennen, aber unterdrücken, dazu gehört auch Kritik, aber kein Whitewashing
 - Informationen valide belegen per WP:Q
 - Auf werbliche Inhalte verzichten

Arten von Paid Editing

- SEO

Maßnahmen, die dazu dienen, die Sichtbarkeit einer Website und ihrer Inhalte für Benutzer einer Websuchmaschine zu erhöhen.

Wikipedia steigert den Rang erheblich, eine Blacklistung kann diesen aber ebenfalls erheblich dezimieren.

Arten von Paid Editing

- SEO
 - siehe dazu [Verdachtsfall Online Casino](#)
 - auch den dazugehörigen [Kurrierartikel](#).

Arten von Paid Editing

- PR-Agenturen wie [Nils Römerling](#) [[Benutzer:Gnomad]]:
 - erste Unterseite mit erstem CU:
[Verdachtsfall Nils Römerling](#)
 - zweite Unterseite mit zweitem CU:
[Verdachtsfall Susanne Bach](#)

Arten von Paid Editing

- **[[Benutzer:Einfach machen Hamburg]]:**
 - [[Rüdiger Maas]] es gab zuvor mehrere Versuche für einen Artikel durch mehrere PR-Agenturen. Es scheiterte an Relevanz, aber auch wurde die Werblichkeit kritisiert. Nach dem “4. Buch” übernahm EmH. Hier ist der Verlauf aufgezeigt: [Projekt Umgang mit bezahltem Schreiben #Rüdiger Maas](#)
 - Folgen für die Community, eine mangelhafte Löschrprüfung, ein völlig unnötiger Versionsimport (die gelöschten Versionen wurden dupliziert, um sie dann erneut zu löschen. Der Artikel wurde in Folge von mehreren ehrenamtlichen Wikipedianern auf ein enzyklopädisches Niveau gebracht.

Arten von Paid Editing

- **Verifizierte Firmenkonten:**
 - Oft PR-Abteilungen, sie fallen zumeist schnell durch die für PR-Menschen übliche werbliche Sprache auf. Dies zu erkennen sollte und ist kaum ein Problem.
 - Auch wenn diese Konten verifiziert sind scheitern sie zumeist an der von der WMF geforderten Deklaration.
 - Es kommt vor, dass solche Konten an PR-Agenturen weitergegeben werden. Das ist per WP:SOP und auch bzgl. der ToU verboten.

Arten von Paid Editing

- nicht verifizierte Konten, die tunlichst ihre Absicht verschleiern:
 - Ich gehöre der Firma nicht an.
 - Ich bin zwar der Agent, bekomme aber keine Vergütung.
 - Ich interessiere mich nur für XXX, usw.

Arten von Paid Editing

- Sogenannte “Selbstdarsteller”
 - “Ich habe einen Wikipediaeintrag, also bin ich”, dürfte hier Motto sein. Gründe sich selbst einen Artikel anzulegen gehen von naiven Wünschen, “Ich bin ..., somit brauche ich auch einen Artikel”, dies bis in die höheren Etagen wo wir bei den sogenannten “CEO”s, Coaches, aber auch Rapper und anderen sind.
 - Gründe sind zumeist Wichtigkeit, Werbung, Vervollständigung der “Social-Media-Profile” wobei Wikipedia ebenfalls dazu gezählt wird.
 - Bekannt wurde hier die Kaltaquise bei der Wissenschaftlern Artikel für 800€ angeboten wurden.

Erkennung von werblicher Sprache, bzw. werblichen Strategien

- Linkspam, Plump direkt als Weblink,
siehe [[Benutzer: Jari Gärtner]], Mitarbeiter der Online-Redaktion von
Energiewende-Magazin, der Links für das [[Energiewende-Magazin]] gespamt hat.
 - Oder deutlich subtiler wie im Beispiel Online Casino zu sehen
- Aufgeblasene Worthülsen
- Erschaffung einer Bedeutung, die es nicht gibt.
(irgendwann ist die Nische so klein, da kann sich nicht mal eine Maus umdrehen)

Erkennung von werblicher Sprache, bzw. werblichen Strategien

- Superlative, oder euphemistisch unbestimmte Adjektive, um Bedeutung zu erschaffen, gerne unbelegt. Gerne auch per Storytelling.
- Zahlen-Pfusch um Relevanz vorzutäuschen wie [McMakler](#).
- Bücher-Pfusch wie [Timo Schöber](#), im Übrigen mit unzähligen Socken...
Hier muss dann besonders geprüft werden, ob BoD, E-Book, usw.
- Übermäßige Referenzierungen, die Relevanz aufzeigen sollen, meist jedoch eher für Irrelevanz stehen.
 - Überreferenzierung kann dazu genutzt werden, irgendetwas zu behaupten, was die Quellen nicht hergeben, da darauf vertraut wird, dass niemand dies prüft
 - Referenzierungen mit eigenen Veröffentlichungen, gern per Pressemitteilung
 - Sammlung gerne ergänzen und erweitern

Was tun?

- Sensibilisierung für das Problemfeld “Bezahltes Schreiben”
- Ein Meinungsbild zum Verbot von PR-Dienstleister wurde mit 58 zu 42% abgelehnt, es hätte eine Möglichkeit sein können, nach außen zu kommunizieren. Nun sollten andere Wege gefunden werden, wie man kommunizieren kann, was erwünscht ist und was nicht.
- Mitarbeit im [Projekt "Bezahltes Schreiben"](#)
 - Auf der [Diskussionsseite](#) werden Fälle gelistet, zur Zeit mehr als 200, weit über 150 wurden schon abgearbeitet. Wichtig ist eine Durchsicht und Prüfung auf enzyklopädische Belange.
- Sammlung und Übersicht zu Mittel- und Methoden “Bezahltes Schreiben” zu verschleiern, um Mitarbeitern in RC, in Löschdiskussionen mehr an die Hand geben zu können.
- Hilfe bei der Abarbeitung der Konten, die zur Verifizierung aufgefordert wurden, aber nicht reagieren.
- Beteiligung an einem geplanten Treffen zum Thema “Paid Editing”.