

Inhalt

1. Einleitung	5
2. Was ist Wikipedia?	8
2.1 Grundprinzipien von Wikipedia	10
2.2 Relevanzkriterien	12
2.3 Hierarchische Struktur	16
2.4 Relevanz und Macht	16
3. Wie funktioniert Wikipedia?	18
3.1 Administratoren	18
3.2 Konflikte und Lösungsansätze	19
3.3 Qualität von Wikipedia	22
3.4 (Un)demokratische Prozesse in Wikipedia?	25
3.5 Hohe Qualität bei Mangel an Transparenz und Demokratie	28
4. Der Einfluss von Wikipedia auf die öffentliche Meinungsbildung	29
4.1 Rezeption von Wikipedia	29
4.2 Der Fall „Wie ich Freiherr von Guttenberg zu Wilhelm machte“	34
4.3 Der Fall „Wie ich Stalins Badezimmer erschuf“	36
4.4 Stark steigender Einfluss auf öffentliche Meinungsbildung	38
5. Manipulationsmöglichkeiten und Einflussnahme bei Wikipedia	39
5.1 PR-Mittel zur Manipulation	39
5.2 Wikipedia-Projekt zum bezahlten Schreiben	42
5.3 Rahn und Rehn – Zwei Agenturen, zwei PR-Profis, zwei Meinungen (Interviews)	44
5.4 Wikipedia als Marktplatz für PR	51
6. Wie machen Unternehmen und andere PR in Wikipedia? – Ein Tool und sechs Fallstudien	52
6.1 Verdeckte Mönchs-PR in Wikipedia	53
6.2 Achim Raschka und das Wikipedia-Projekt „Nawaro“	56
6.3 Der Wikipedia-Nutzer „7Pinguine“	62
6.4 RWE und Daimler	69
6.5 BASF	74
6.6 Manipulationen als Herausforderung für Wikipedia	76

7. Öffentliche Verlautbarungen oder Wahrheit? – Wikimedia Deutschland im Faktencheck	78
7.1 Behauptung 1: Es gibt eine „gegenseitige Kontrolle der zahlreichen Autoren“	78
7.2 Behauptung 2: „Wir sind enorm offen und transparent“	83
8. Fazit	93
9. Den Missbrauch von Wikipedia für PR-Zwecke eindämmen – Zehn Verbesserungsvorschläge	94
Anhang	99
Glossar	99
Weiterführende Print-Literatur	107
Wikipedia-Tools	108
Wikipedia-Adressen	110
Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen und Fallbeispiele	111
Hinweise zum Autor	112