

DRPR-Verfahren: 4_2018

Beschwerdeausschuss: Unternehmen und Markt I

Fall: Wikipedia

Geschäftsstelle des Deutschen Rates
für Public Relations e.V.
c/o Prof. Dr. Lars Rademacher
Hochschule Barmstadt
Dekanal FB Media
Haardtring 100
64295 Barmstadt
Tel. +49 6151 16-39442
Fax +49 6151 16-39445
E-Mail: info@drpr-online.de
www.drpr-online.de
getragen von
DPRG GPRA BDP

Leipzig, 27.05.2019

Zur Sachlage:

Wikipedia wird fehlende Kennzeichnung bzw. Verschleierung von bezahlter Autorentätigkeit bei Wikipedia-Einträgen vorgeworfen.

Wortlaut der Beschwerde:

Wikipedia hat Regeln (Terms of Use) definiert, die es erlauben, bezahlte Einträge von Autoren, die Geld für das Erstellen von Wikipedia-Einträgen erhalten, zu verschleiern, indem sie diese Hinweise auf erhaltene Zahlungen nicht in Wikipedia selbst, sondern komplett getrennt davon auf einer eigenen Userpage des Autors hinterlegen. Dieses Verfahren wird als Kooperation bezeichnet.

Die Beschwerdeführerin schreibt dazu: „Mit Kooperation war nicht gemeint, dass eine Firma oder eine andere Person/Institution Wikipedia bezahlt, **sondern dass ein Autor dafür bezahlt wird, dass er einen Artikel verfasst**. Dass dieser Autor eine Bezahlung erhalten hat, muss laut den Terms of Use mit einer **Kennzeichnung** deutlich gemacht werden. Es reicht allerdings auch aus, wenn **nur** auf der Userpage des Autors steht, dass er von Firma XY bezahlt wurde, nicht am Artikel: (Beispiel:)

Vorsitzender
Prof. Dr. Lars Rademacher

Stellvertretender Vorsitzender
Matthias Rosenthal

Ehrenvorsitzender
Dr. Horst Avenarius

Mitglieder
Sebastian Ackermann
Florian Amberg
Prof. Dr. Günter Bentele
Anja Görzel
Prof. Dr. Alexander Güttler
Andreas Haas
Prof. Dr. Stefan Hencke
Dr. Kurt Hesse
Uwe Kohrs
Regine Kreitz
Veit Mathauer
Norbert Minweggen
Christian H. Schuster
Marco Vollmar
Axel Wallraabenstein
Thomas Zimmerling

- *This user, in accordance with the Wikimedia Foundation's Terms of Use, discloses that they have been paid by XY for their contributions to Wikipedia.*

Man sieht dabei also nicht, um welche/n Artikel es **geht**.

Laut den Terms of Use zum Thema Paid Contribution (siehe hier: https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Paid-contribution_disclosure) ist das so in Ordnung, denn es muss auf **mindestens** eine (nicht alle) der folgenden drei Arten gekennzeichnet sein, dass ein Sponsoring stattfindet:

“The Wikimedia Foundation's terms of use require that all editors disclose their ‘employer, client, and affiliation with respect to any contribution for which they receive, or expect to receive, compensation’:

Paid contributions without disclosure

*These Terms of Use prohibit engaging in deceptive activities, including misrepresentation of affiliation, impersonation, and fraud. As part of these obligations, you must disclose your employer, client, and affiliation with respect to any contribution for which you receive, or expect to receive, compensation. You must make that disclosure in **at least one** of the following ways:*

- *a statement on your user page,*
- *a statement on the talk page accompanying any paid contributions, or*
- *a statement in the edit summary accompanying any paid contributions.”*

Abschließend war es dann das Thema, **ob für Deutschland die gleichen Regeln gelten**. Hierzu gibt auch es einen Hinweis in den Policies, nämlich, dass es alternative Regeln geben **kann**, die separat aufgelistet sind:

“This policy may be changed in two ways:

- An alternative policy can revoke the disclosure provision of the terms of use as it applies to the English Wikipedia and replace it with a new policy, which may be stronger or weaker. A proposed alternative policy must be clearly identified in a Request for Comment (RfC) as revoking the WMF policy. Upon approval, the new policy must be listed on the alternative-disclosure policy page. The RfC must be conducted in a manner consistent with the standard consensus-based process for establishing core policies.”*
- Other changes to this policy that do not seek to revoke or weaken the terms of use are permitted, consistent with community practice for adding such material.”*

Unter diesem Link:

https://meta.wikimedia.org/wiki/Alternative_paid_contribution_disclosure_policies gibt es für nur wenige Länder abweichende Vereinbarungen (Frankreich, Italien, Russland), aber nicht für Deutschland.“

Quellen: siehe oben

Die Wikipedia Foundation, welche für Wikipedia verantwortlich ist, betont in ihrer Stellungnahme zum Fall:

„[T]hat Wikipedia is not a place for advertising or a means of promotion and that we do not promote certain kinds of content over others. Wikipedia does not allow ads or sponsored content to visitors who come to read the encyclopedia. Further, the Wikipedia community’s editorial policies apply to all edits made, including those made by editors working for money. This means, for example, that even if an editor is being paid by a third party to improve an article on behalf of a company, they are required to write work that is accurate, appropriately neutral in tone and presentation for an encyclopedia, and supported by reliable sources. If they are advertising or marketing a product, then their contributions are not allowed. Content that does not meet this policy is flagged and removed by the volunteer editor community. If users fail to follow these rules, they will be blocked from editing by other Wikipedia community members and if they persist in violating the rules, they will ultimately be banned from working on Wikipedia“ (Zitat aus der E-Mail von Jacob Rogers, Senior Legal Counsel der Wikimedia Foundation, vom 05.03.2019).

Außerdem zeigt sich die Wikimedia Foundation offen für einen Austauschprozess mit dem DRPR: „However, we would invite your thoughts on ways that the paid disclosures can be further clarified effectively going forward. [...] [W]e would appreciate your thoughts on ways that we can better deal with deceptive individuals advertising their services on external sites that we do not control. We would encourage you to share them with the editor community as well, as it is quite likely that German volunteers would be interested in your recommendations and able to make an update or supplement to the German conflict of interest

policy to improve paid editing disclosures. If you have any further questions or feedback, I would also be happy to further discuss in a call“ (Zitat aus der E-Mail von Jacob Rogers, Senior Legal Counsel der Wikimedia Foundation, vom 05.03.2019).

In einer weiteren E-Mail wird ergänzt:

„I do want to further clarify that the Foundation does not monitor for paid editors in any way and receives no information about when a person edits for pay. As an intermediary hosting provider, we rely on the community of volunteers to review edits and update the various encyclopedia when needed. Paid editors themselves are therefore responsible for providing proper disclosure and should also be responsible for providing disclosure that complies with the DRPR when they are working in German. [...] Within this context, our Terms of Use set a minimum standard that applies across many languages and projects and then each language sets a higher standard through community discussion and the creation of local policies“ (Zitat aus der E-Mail von Jacob Rogers, Senior Legal Counsel der Wikimedia Foundation, vom 26.04.2019).

Dort wird zum weiteren Vorgehen folgender Vorschlag unterbreitet:

„We therefore think that the best approach to updating the rules on Wikipedia would be to begin a discussion on the German language Wikipedia to discuss updating their local policies to better match the DRPR's standards and perhaps to provide information about the DRPR as part of an FAQ to paid editors. This sort of discussion would be open-ended among volunteer community members and could wind up discussing various topics and leading to different or other changes as well“ (Zitat aus der E-Mail von Jacob Rogers, Senior Legal Counsel der Wikimedia Foundation, vom 26.04.2019).

Beschluss:

Der DRPR mahnt Wikipedia für seine unzureichende Transparenz und Absenderkennzeichnung auf seinen deutschsprachigen Seiten. Für den Leser ist es nicht auf den ersten Blick erkennbar, ob die Beiträge von den Autoren auf Eigeninitiative oder im Auftrag von Dienstleistern erstellt wurden.

Begründung:

Hier treffen zwei ganz unterschiedliche Handlungsprinzipien aufeinander: Wir gehen in Deutschland davon aus, dass Transparenz immer in unmittelbarer Nähe eines Beitrags im Internet, idealerweise auf den ersten Blick, hergestellt werden muss. Dies meint insbesondere die Absenderkennzeichnung. Das Prinzip von Wikipedia ist es, auf die nachträgliche Korrektur durch die Community zu setzen und für die jeweilige Absenderkennung auf die Autorenprofile zu verweisen. Dies widerspricht jedoch insbesondere dem Transparenzgebot des Deutschen Kommunikationskodexes als auch dem Gebot zur Absendertransparenz der Online-Richtlinie des DRPR.

Der DRPR verzichtet zum jetzigen Zeitpunkt auf eine Rüge, da Wikipedia die mangelhafte Kennzeichnung in der zum Fall abgegebenen Stellungnahme selbst eingeräumt hat und hier einen gemeinsamen Diskussionsprozess zur Lösung des Problems angeboten hat. Dieses Angebot nehmen wir aktuell wahr und wollen dies bis zur Jahreswende 2019/2020 zu einem greifbaren Ergebnis bringen. Gelingt dies nicht im genannten Timing, wird der DRPR eine entsprechende Rüge aussprechen.

Normative Grundlagen:

Laut Kommunikationskodex

Transparenz

(1) PR- und Kommunikationsfachleute sorgen dafür, dass der Absender ihrer Botschaften klar erkennbar ist. Sie machen ihre Arbeit offen und transparent, soweit dies die rechtlichen Bestimmungen und die Verschwiegenheitsverpflichtungen gegenüber den jeweiligen Arbeits- oder Auftraggebern zulassen.

(2) PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte und betreiben keine Schleichwerbung. Näheres regelt die DRPR-Richtlinie zur Schleichwerbung.

DRPR Richtlinie „PR und Journalismus“:

3. Journalistisch tätige Verlage, Sender oder Webblattformen jedweder Art müssen ihre Leser respektive Zuschauer/Hörer über ganz oder teilweise von Dritten bezahlte redaktionelle Sonderleistungen in geeigneter und transparenter Weise informieren: Es muss für den Nutzer jeweils unmissverständlich und unmittelbar erkennbar sein, wenn es sich um einen gesponserten Beitrag handelt.

DRPR-Richtlinie zu Medienkooperationen:

7. Das Angebot und die Vereinbarung von Sonderformaten, Sonderbeilagen und anderen denkbaren Werbeformen sind, selbst wenn sie gekauften redaktionellen Raum enthalten, nicht zu beanstanden, solange sie als Werbung bzw. Sonderveröffentlichung eindeutig gekennzeichnet sind.

Online-Richtlinie

IV. Absendertransparenz bei Sponsoring, Produktzusendungen und Satellitenseiten

3. Unternehmen bieten immer häufiger in Zusammenhang mit ihren Produkten und darüber hinaus Content nicht nur auf der eigenen Homepage, sondern auf unterschiedlichen, oft themenbezogenen Webseiten an. Es reicht hier nicht, dass der Absender über ein Corporate Design oder eine Nennung im Impressum zu erkennen ist, sondern dieser muss immer auf der ersten Seite ohne weiteres Scrollen auffällig erkennbar sein.

Sind Gruppen oder Initiativen der Absender, so muss dies ebenfalls auf der ersten Seite erkennbar sein. Nur über einen Klick muss dann weiter zu lesen sein, wer sich hinter der entsprechenden Gruppe oder Initiative im Einzelnen verbirgt.