

## **Zum Wikipedia-Jubiläum: Wikipedia nutzt überwiegend journalistische Quellen, Grokipedia greift deutlich häufiger auf Unternehmensangaben zurück**

- Analyse der Gisma University of Applied Sciences vergleicht den Quellenmix von Wikipedia und Grokipedia zu den 40 größten börsennotierten Unternehmen Deutschlands
- Grokipedia listet rund 80 Prozent mehr Quellen als Wikipedia, setzt dabei jedoch fast doppelt so häufig auf unternehmenseigene Webseiten
- Wikipedia bezieht knapp 60 Prozent aller Nachweise aus Medien- und Nachrichtenquellen

**Berlin, 12. Januar 2025** – Anlässlich des bevorstehenden Wikipedia-Geburtstags hat die Gisma University of Applied Sciences ([www.gisma.com](http://www.gisma.com)) untersucht, wie unterschiedlich Wissen über große börsennotierte Unternehmen auf Wikipedia und Grokipedia abgebildet wird. Die Analyse vergleicht die Quellenstruktur der Einträge zu den 40 größten börsennotierten Unternehmen Deutschlands auf beiden Plattformen. Insgesamt wurden 8.442 verlinkte Nachweise ausgewertet, 3.012 Quellen auf Wikipedia und 5.430 Quellen auf Grokipedia.

### **Wikipedia: Mehrheit der Quellen aus Medien und Nachrichten**

Auf Wikipedia stammen 59,83 Prozent aller ausgewerteten Quellen aus Medien- und Nachrichtenportalen (1.802 Nachweise). Unternehmenseigene Webseiten machen 23,14 Prozent aus (697 Quellen). Weitere 8,32 Prozent verweisen auf andere Wikipedia-Seiten (248 Quellen), 3,62 Prozent auf wissenschaftliche Publikationen (109) und 2,69 Prozent auf rechtliche oder staatliche Quellen (81).

Der Quellenmix unterscheidet sich je nach Unternehmen deutlich. Die höchsten Medienanteile weisen die Wikipedia-Einträge zu Vonovia (90,63 Prozent), Brenntag (79,49 Prozent) und Zalando (75,27 Prozent) auf.

Die höchsten Anteile unternehmenseigener Quellen finden sich bei Münchener Rück (58,62 Prozent), Porsche Automobil Holding SE (50,00 Prozent) und Daimler Truck (50,00 Prozent).

Wissenschaftliche Quellen spielen insgesamt eine untergeordnete Rolle, treten jedoch bei einzelnen Unternehmen stärker hervor. Die höchsten Anteile verzeichnen hier Deutsche Bank (19,11 Prozent), Bayer (14,29 Prozent) und Commerzbank (5,91 Prozent).

Bezogen auf die absolute Anzahl der Nachweise führen die Wikipedia-Einträge zu Commerzbank (237 Quellen), Deutsche Bank (225 Quellen) und Bayer (175 Quellen).

### **Grokipedia: Stärkerer Fokus auf unternehmenseigene Quellen**

Grokipedia weist insgesamt deutlich mehr Quellen aus als Wikipedia, verteilt diese jedoch anders. 46,26 Prozent der Nachweise stammen aus Medien- und Nachrichtenquellen (2.512 Quellen). Unternehmenseigene Webseiten sind mit 41,84 Prozent (2.272 Quellen) fast ebenso stark vertreten. Wissenschaftliche Quellen machen 2,39 Prozent aus (130 Quellen), rechtliche oder staatliche Quellen 3,00 Prozent (163 Quellen). Verweise auf andere Wikipedia-Seiten spielen mit 0,02 Prozent praktisch kaum eine Rolle.

Auch bei Grokipedia zeigt sich eine große Spannbreite zwischen einzelnen Unternehmen. Die höchsten Medienanteile weisen die Einträge zu Qiagen (77,50 Prozent), Mercedes-Benz Group (66,02 Prozent) und Adidas (62,33 Prozent) auf. Die höchsten Anteile unternehmenseigener Quellen finden sich bei Infineon (70,00 Prozent), GEA Group (66,13 Prozent) und Henkel (63,55 Prozent).

Wissenschaftliche Quellen sind auch auf Grokipedia insgesamt selten, treten jedoch bei einzelnen Unternehmen stärker hervor. Die höchsten Anteile verzeichnen Deutsche Telekom (7,87 Prozent), Symrise (6,67 Prozent) und Beiersdorf (6,52 Prozent).

Bezogen auf die absolute Anzahl der Nachweise führen die Grokipedia-Einträge zu BMW (352 Quellen), Volkswagen (283 Quellen) und Zalando (228 Quellen).

### **KI-Systeme als Quelle ausschließlich bei Grokipedia**

Ein zusätzlicher Unterschied zeigt sich im Umgang mit Künstlicher Intelligenz als Quelle. In den Grokipedia-Einträgen wurden fünf Nachweise explizit als KI-basierte Systeme ausgewiesen, jeweils einmal bei Allianz, BMW und Zalando sowie zweimal bei Siemens. Auf Wikipedia wurden keine KI-Systeme als Quelle identifiziert. Der Anteil ist insgesamt gering, verweist jedoch auf unterschiedliche Ansätze bei der Referenzierung von Informationen.

*„Quantität ist nicht gleich Qualität, das zeigt unsere Untersuchung sehr deutlich“, erklärt Prof. Dr. Ramon O’Callaghan, Präsident der Gisma University of Applied Sciences. „Gerade in einer Zeit, in der Informationen massenhaft verfügbar und leicht manipulierbar sind, kommt der Qualität und Herkunft von Quellen eine zentrale Bedeutung zu. Dabei ist klar: Wikipedia ist kein wissenschaftliches Publikationsorgan und ersetzt keine akademische Forschung. Dennoch zeigt sich, dass eine breite, journalistisch geprägte und überprüfbare Quellenbasis ein Mindestmaß an Transparenz und Nachvollziehbarkeit schafft. Wissensplattformen tragen Verantwortung dafür, wie Realität konstruiert wird. Wer überwiegend auf unternehmenseigene Quellen setzt, fördert keine Vielfalt, sondern kontrolliert Narrative. Das ist kein neutraler Akt, sondern eine Form von Deutungshoheit. Genau hier stellt sich die Frage nach Verantwortung im Umgang mit Wissen heute mehr denn je.“*

### **Über die Untersuchung**

Erfasst und ausgewertet wurden sämtliche Wikipedia- und Grokipedia-Einträge zu den 40 DAX-Unternehmen. Alle verlinkten Quellen wurden den Kategorien eigene Unternehmensseite, Medien/News, andere Unternehmensseite sowie wissenschaftliche Quelle zugeordnet und anteilig ausgewertet. Stichtag der Erhebung war der 30. Oktober 2025.

### **Über die Gisma University of Applied Sciences**

Die Gisma University of Applied Sciences ist eine staatlich anerkannte private Hochschule mit Standorten in Potsdam und Berlin. Studierende und Lehrende aus mehr als 90 Nationen bringen globale Perspektiven in die Programme in Management, Leadership, Data Sciences, Künstliche Intelligenz und Software Engineering ein. Die Lehre verbindet akademische Forschung mit Praxiserfahrungen von Führungskräften und Unternehmer\*innen. Ziel der Hochschule ist es, Studierende auf die Managementpraxis in einer komplexen, sich wandelnden Welt vorzubereiten und Impulse für Wirtschaft und Gesellschaft zu setzen.

Die Gisma pflegt aktive Karrierepartnerschaften mit führenden Unternehmen wie Zalando, eBay, SAP sowie Amazon und ist Mitglied der SAP University Alliances. Pro Jahr trägt sie rund 126,5 Millionen Euro zur Wirtschaftsleistung in Berlin-Brandenburg bei (BSIS). Über 74 Prozent der Absolvent\*innen bleiben in der Region, und mehr als 15 von Studierenden und Alumni gegründete Start-ups haben bislang über 120 Arbeitsplätze geschaffen.

Im Jahr 2025 wurde die Gisma als eine von nur zwei Hochschulen in Deutschland mit dem renommierten BSIS Impact Label der EFMD ausgezeichnet, das ihre messbare gesellschaftliche, wirtschaftliche und akademische Wirkung bestätigt. Alle Studiengänge sind staatlich anerkannt und durch die FIBAA sowie den Akkreditierungsrat akkreditiert. Die Gisma ist Teil der GUS Germany GmbH (GGG), einem Netzwerk von Hochschuleinrichtungen mit mehr als 18.000 Studierenden in Deutschland, Europa und weltweit. [www.gisma.com](http://www.gisma.com) | [www.gusgermany.com](http://www.gusgermany.com)

### **Pressekontakte**

Klaas Geller | [klaas.geller@tonka-pr.com](mailto:klaas.geller@tonka-pr.com) | +49 (0) 176 74717519

Marlene Grau | [marlene.grau@tonka-pr.com](mailto:marlene.grau@tonka-pr.com) | +49 (0) 30 403668138

Julia Fiechtner | [julia.fiechtner@tonka-pr.com](mailto:julia.fiechtner@tonka-pr.com) | +49 (0) 30 403668109

