

DRPR-Verfahren: 03/2026

Beschwerdeausschuss: Unternehmen und Markt

Fall: Initiative „Beyond Fluorid“

Berlin, 23.07.2026

Zur Sachlage:

Die Initiative BEYOND FLUORID versteht sich als Plattform für eine offene wissenschaftliche Diskussion über Fluoridexposition und Kariesprävention.¹ Organisator und nach eigenen Angaben Mitinitiator ist die Münchner PR-Agentur Publishing Group unter Leitung von Anna Katharina Heller. Die Initiative wolle keine Produktwerbung betreiben², bereitet allerdings nach Ansicht des DRPR offensichtlich den Boden für Fluorid-freie Produkte zur Karies-Bekämpfung und Zahnpflege.

Eine Initiative zu gründen, zu finanzieren und damit eine thematische Diskussion im Vorfeld kommerzieller Interessen zu betreiben, ist gängige Praxis und explizit nicht Gegenstand der folgenden Erörterungen. Es ist nicht Aufgabe des DRPR, die Sinnfälligkeit der angestoßenen Diskussion zu hinterfragen oder zu bewerten. Für den DRPR steht hier die Absendertransparenz im Vordergrund und die Frage einer nötigen Klarheit von Anfang an.

Die Initiative ist Ende 2025 ohne Nennung von Unternehmen als Unterstützern und Financiers in die Öffentlichkeit getreten. Dies wurde vom Spiegel neben inhaltlichen Themen kritisiert.³ Andere Medien nahmen die Kritik auf, dass es sich hier um keine unabhängige Aufklärungsplattform handele.

Nach der öffentlichen Absenderdiskussion wurde die Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG (deren Markenportfolio u. a. fluoridfreie Zahnpflegeprodukte umfasst) als Unternehmen im Impressum und dessen Forschungs- und Entwicklungsleiter Dr. Erik Schulze zur Wiesche als Mitglied des Beirats genannt.⁴

Als Mitinitiatorin Heller im Rahmen des DRPR-Beschwerdeverfahrens um eine Stellungnahme gebeten wird, formuliert sie in ihrem Antwortschreiben, dass der öffentliche Auftritt der Initiative fortlaufend weiter präzisiert werde. Auch dies ist geübte Praxis, beantwortet jedoch nicht die Frage nach der initialen Ausgangslage.

Geschäftsstelle des Deutschen Rates
für Public Relations e. V.
Prof. Dr. Elke Kronewald
c/o GPRA e. V. | Spaces Spittelmarkt
Wallstraße 9–13
10179 Berlin

Tel.: 030 98585380
E-Mail: info@drpr-online.de
www.drpr-online.de

getragen von
DPRG GPRA BdKom

Vorsitzende
Prof. Dr. Elke Kronewald

Stellv. Vorsitzender
Stefan Watzinger

Mitglieder
Sebastian Ackermann
Prof. Dr. Günter Bentele
Anne Dreyer
Stefanie Effner
Markus Engel
Prof. Dr. Alexander Güttler
Bärbel Hestert-Vecoli
Magnus Hüttenberend
Dr. Juliane Kiesenbauer
Uwe A. Kohrs
Prof. Dr. Felix Kriebber
Regine Kreitz
Timo Krupp
Veit Mathauer
Prof. Dr. Lars Rademacher
Dr. Ulf Santjer
Susan Saß

¹ <https://beyond-fluorid.de/initiative-beyond-fluorid-weist-darstellung-im-spiegel-zurueck-und-fordert-sachliche-debatte-ueber-fluorid-und-innovative-wirkstoffe/> (Abrufdatum: 11.6.2026)

² <https://beyond-fluorid.de/ueber-beyond-fluorid/> (Abrufdatum: 10.06.2026)

³ <https://www.spiegel.de/gesundheit/fluorid-in-zahnpasta-wie-die-initiative-beyond-fluorid-aengste-schuert-a-e8b904f5-37b8-495c-8fb7-4f9010f6582a> (10.03.2026)

⁴ <https://www.spiegel.de/gesundheit/fluorid-in-zahnpasta-angeblich-unabhaengige-initiative-beyond-fluorid-gesteht-finanzierung-durch-dr-wolff-a-c09011fb-28ee-4587-ac93-cd653792ccb3> (18.03.2026)

Beschluss:

Der DRPR spricht eine Mahnung gegen die Initiative Beyond Fluorid und die betreuende PR-Agentur Publishing Group aus.

Der DRPR tätig als Selbstkontrollorgan der Branche begründete Meinungsäußerungen und beurteilt die anfängliche Positionierung der Initiative Beyond Fluorid als neutrale Aufklärungsplattform, gegründet von einer PR-Agentur und Betroffenen, für nicht glaubhaft und damit für einen Verstoß gegen die Vorgaben des Deutschen Kommunikationskodex zu Absendertransparenz und Professionalität.

Begründung:

Ein professioneller Web-Auftritt, umfangreiche Materialien aus einer erkennbaren Unternehmensposition heraus, persönliche Überschneidungen (Dr. Schulze zur Wiesche schon beim ersten Beyond Fluorid Talk in Berlin auf der Bühne, damals noch keine Unternehmensnennung von Seiten der Initiative), kostenintensive Veranstaltungen in deutschen Großstädten mit namhaften Referenten erzwingen eine proaktive und detaillierte Absenderdarstellung von Anfang an. Dies ist nach Ansicht des Rates nicht geschehen.

Mit einer fortlaufend weiteren „Präzisierung“ hat dies aus Sicht des DRPR nichts zu tun, sondern mit einer glaubwürdigen Positionierung zu Beginn. Der Hinweis, dass auch Unternehmen die Initiative unterstützen, wurde erst später nach dem medialen Druck ergänzt. Auch Verschwiegenheitspflichten können keine Rolle gespielt haben, wie die schnelle Korrektur zeigt.

Die Absendertransparenz ist ein zentrales Element jeder PR-Arbeit und Voraussetzung für eine glaubwürdige Diskussion und eine eigenständige Einordnung durch Rezipierende. Fehlt diese oder beantwortet zentrale Fragen nach dem eigentlichen Nutznießer nicht, so verstößt dies nicht nur gegen ethische Standards, sondern führt die Diskussion von den Inhalten weg zu der Frage „Cui bono? – wem nützt das?“. Der DRPR vertritt die Auffassung, dass dies nicht im Sinne professioneller PR-Arbeit sowie der Wahrnehmung der Branche sein kann und damit vermieden werden sollte.

Positiv beurteilt der DRPR die eigenständige, zumindest zeitnahe Korrektur und hat daher auf eine Rüge verzichtet. Zudem weist der DRPR darauf hin, dass eine Fortführung der in der Vergangenheit beobachteten Praxis, konkrete Produkte auf den Informationstischen der Initiative auszustellen,⁵ dem selbst postulierten Verzicht auf Produktwerbung widerspräche.

⁵ <https://www.spiegel.de/gesundheit/fluorid-in-zahnpasta-wie-die-initiative-beyond-fluorid-aengste-schuert-a-e8b904f5-37b8-495c-8fb7-4f9010f6582a> (10.03.2026)

Normative Grundlagen

Deutscher Kommunikationskodex/Spezieller Teil

Transparenz

Public Relations-Professionals vertreten Organisationen und Personen und sind insofern Partei. Sie legitimieren sich dabei nicht nur durch Berufung auf die durch Artikel 5 GG garantierte Meinungsfreiheit, sondern kommunikativ auch durch eine explizite Absendertransparenz, die es den angesprochenen Öffentlichkeiten ermöglicht, Informationen einzuordnen und abzuwägen. Das Vorgehen in speziellen Bereichen ist in detaillierteren DRPR-Richtlinien (DRPR-Richtlinie zur Online-PR; DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum) beschrieben.

(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.

Professionalität

Public Relations bzw. Kommunikationsmanagement sind ein im Kern klar konturiertes Arbeits-, Tätigkeits- und Berufsfeld, dessen Grenzen zu anderen Berufen und Tätigkeitsfeldern (z. B. Werbung, Journalismus, Unternehmensberatung) aber fließend sind und für das staatlicherseits keine verbindlichen Zugangsqualifikationen festgelegt sind („freier Berufszugang“). Dennoch existiert ein Bereich professionellen Wissens, professioneller Fähigkeiten und Fertigkeiten, der sich kontinuierlich erweitert und erneuert sowie an einschlägigen Aus- und Fortbildungseinrichtungen gelehrt wird.

(14) PR- und Kommunikationsfachleute beherrschen die Instrumente und Methoden ihres Berufsfelds, sind bereit zu Selbstreflexion und verhalten sich in ihrem Geschäftsgebaren integer.

(15) Die Kenntnis und Beachtung der Kodizes und Richtlinien sind Bestandteil beruflicher Qualifikation und professionellen beruflichen Verhaltens. Sie sind in der Aus- und Fortbildung zu vermitteln.