Bundesministerium
für Gesundheit

Vereinbarung

Für ein gesundheitsbewusstes Leben sind verlässliche und gut verständliche Informationen Grundvoraussetzung. Diese in der Fülle eines immer größer werdenden Angebots zu identifizieren, wird zunehmend schwierig. Insbesondere dann, wenn Social Media-Algorithmen und KI-gestützte Suchergebnisse die Wahrnehmung von Gesundheit stark prägen und der Wahrheitsgehalt von Gesundheitsinformationen nicht mehr erkennbar ist.

Um in diesem Umfeld Orientierung zu bieten, wird die Expertise der vier Gesundheitsinstitute im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit gebündelt und eine Gemeinschaftsmarke eingeführt. Damit sollen gemeinsame Ziele von RKI, BfArM, PEI und BIÖG in der Gesundheitskommunikation verstärkt werden. Die Gemeinschaftsmarke steht als wiedererkennbarer Garant für evidenzbasierte und gesicherte Gesundheitsinformationen. Dafür verwenden die Behörden im Geschäftsbereich des BMG künftig folgende Wort-Bild-Marke:

DIE
GESUNDHEITS
INSTITUTE

Verlässlich wissenschaftlich. Für ein gesundes Deutschland.

Die Marke unterstreicht gleichermaßen Eigenständigkeit wie Gemeinsamkeit der Institute. Im Zusammenhang mit dem Claim wird ihr gesellschaftlicher Auftrag und ihr Selbstverständnis als wissenschaftsbasierte, verlässliche und wirtschaftlich unabhängige Instanzen in Gesundheitsfragen hervorgehoben. Gemeinsam schlagen die Institute eine Brücke zwischen Gesundheitsforschung und einer zielgruppenadäquaten Vermittlung in die Allgemeinbevölkerung und die Fachöffentlichkeit. Der Kampf gegen Falschbehauptungen liegt dabei im gemeinsamen Interesse der Institute. Die Gemeinschaftsmarke wird im Co-Branding-Modell verwendet. Sie ersetzt nicht die Eigenmarken, sondern ergänzt diese. So wird die Reputation der einzelnen Institute bewahrt, aber gleichzeitig der Schulterschluss der Institute unter einer vertrauensbildenden Klammer betont.

Die Nutzung der Dachmarke ist bei gemeinsamer Kommunikation von zwei oder mehr Instituten verbindlich. Sie kann als eigenständige Absenderin auftauchen, muss aber wenigstens in Kombination mit den jeweiligen Eigenmarken genannt werden. Sie wird von allen Instituten auf der Homepage eingebunden. Bei institutsindividueller Kommunikation kann das Logo optional eingesetzt werden.

Die Gemeinschaftsmarke ist das verbindende Element gemeinsamer Kommunikation der vier Behörden. Die Themen dafür werden auf Grundlage wissenschaftlicher Expertise der Institute in einem gemeinsamen Steuerungsgremium mit dem Bundesministerium für Gesundheit erarbeitet. Kriterien für die Themenwahl sind: Epidemiologische, soziale und demografische Indikatoren, Dringlichkeit, politische Relevanz, offensichtliche Informationsbedarfe in der Bevölkerung, gemeinsame Betroffenheit der Institute sowie gesetzliche Vorgaben.

Die gemeinsamen Kommunikationsinitiativen sollten grundsätzlich Gesundheitsthemen von gesellschaftlicher Tragweite adressieren.

Berlin, den 17.11.2026