

# GEO FÜR PHARMA

WIE ES FUNKTIONIERT UND SCHRITTE ZUR UMSETZUNG

## KI-Suche verändert Healthcare-Marketing

Die entscheidende Frage lautet nicht mehr nur: "Rankt die Marke bei Google?", sondern: "Wird die Marke in KI-Antworten genannt?"

Immer mehr Menschen holen sich Gesundheitsinfos direkt aus ChatGPT, Perplexity, Gemini & Co. Erwartet werden dabei schnelle, verständliche, sichere und vertrauenswürdige Informationen.

KI-Antworten nennen nur wenige Quellen. Wer dort nicht gelistet ist, findet nicht statt.

## Was ist GEO (Generative Engine Optimization)?

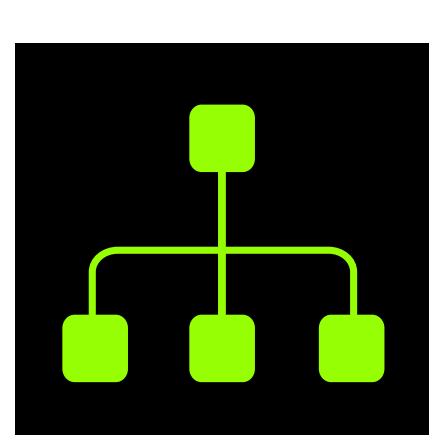
GEO bedeutet: Relevante Inhalte so aufzustellen, dass KI-Systeme diese finden, verstehen und zitieren können. Kurz: Die Optimierung erfolgt für Antworten – nicht nur für Rankings.

GEO ist keine SEO-Ablösung. Es ist das Upgrade, das entscheidet, wer in generativen Antwortsystemen vorkommt.

## GEO-Quick-Check: Die wichtigsten Hebel

Die GEO-Optimierung folgt einem klaren System aus drei Bausteinen: Onpage, Content, Offpage sowie fortlaufendem Testen.

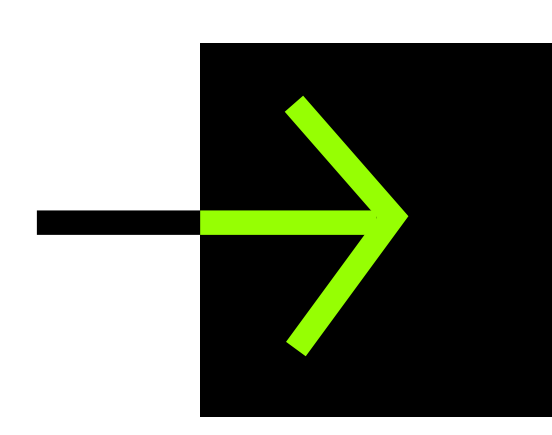
### ONPAGE



#### Struktur und Auffindbarkeit

- ✗ Structured Content (KI liebt Struktur)
- ✗ Überschriften, Bulletpoints, Tabellen & Q&A
- ✗ Inhalte so, dass sie direkt als Antwort funktionieren

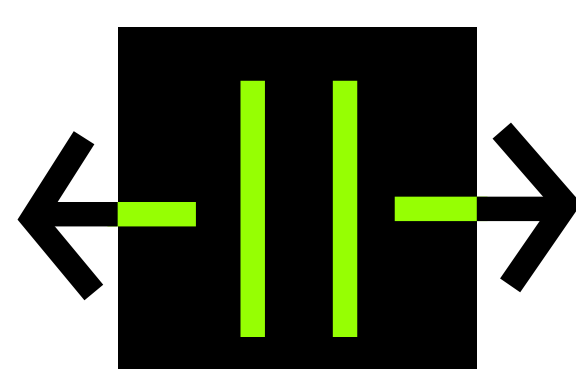
### CONTENT



#### E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness & Trust sichtbar machen)

- ✗ Inhalte medizinisch korrekt und zitierfähig bereitstellen
- ✗ Autor:innenprofil + Qualifikation
- ✗ Medizinische Quellen & Review-Prozess sichtbar machen
- ✗ Content Accuracy (Aktualität gewinnt)
- ✗ Veraltete Aussagen und Daten aktualisieren
- ✗ Neue Themen früh abdecken

### OFFPAGE



#### Autorität und Vertrauen außerhalb der Website

- ✗ PR
- ✗ Brand Mentions
- ✗ Präsenz in seriösen Umfeldern schaffen
- ✗ Thematische Relevanz im Web stärken

### VISIBILITY TESTING



#### KI-Sichtbarkeit messen

- ✗ Regelmäßig testen, ob die Marke in KI-Antworten vorkommt
- ✗ Lücken erkennen und schließen

## Mini-Check: Besteht bereits KI-Sichtbarkeit?



Ich habe diese Symptome – was könnte dahinterstecken?

WENN EIN: E NUTZER: IN EINE KI FRAGT ...



Welche Therapieoptionen gibt es?



Was ist der Unterschied zwischen verschiedenen Wirkstoffen bzw. verschiedenen Behandlungswegen?

## Unser Angebot: GEO/SEO-Status-Check (quick & konkret)

Der Status-Check bietet einen kompakten Überblick über die aktuelle Markensichtbarkeit – in Suchmaschinen und in generativen Antwortsystemen. Wir prüfen u. a.:

- ➔ **Brand-Sichtbarkeit in KI/GEO:** Wo wird die Marke genannt?
- ➔ **Themenabdeckung:** Welche Fragen sind abgedeckt – wo fehlen Inhalte?
- ➔ **Brand-nahe Rankings:** Wie sind die Rankings bei relevanten Suchen

**ERGEBNIS:**  
EIN 1-SEITIGER  
SNAPSHOT MIT KLARER  
EINORDNUNG DER  
BRAND-VISIBILITY  
UND HEBELN

JETZT GEO-STATUS-CHECK ANFRAGEN