research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

779 Marken im KI-Vergleich: ratiopharm führt das Ranking an – Fenistil wird in den Top 10 am wenigsten kritisiert



Die Studie „KI-Performance Arzneimittel 2026“ erfasst 779 Marken in zehn führenden Large Language Models. ratiopharm sichert sich mit Rang 1 in sechs von zehn Modellen den Spitzenplatz. Eine Sentiment-Analyse von fast 72.000 Wörtern zeigt, wie KI-Modelle Marken beschreiben: Bei Fenistil kommen auf ein kritisches Wort 104 positive.

Esslingen am Neckar, 23. Oktober 2026 – Die neue Studie „KI-Performance Arzneimittel 2026“ von research tools untersucht systematisch, welche Marken bei KI-gestützten Verbraucheranfragen rund um Arzneimittel und Gesundheitsprodukte präsent sind und wie die Modelle über sie sprechen. Analysiert wurden Antworten von zehn führenden Large Language Models auf 50 realitätsnah formulierte Anfragen zu 14 Fachgebieten und Themenfeldern, von Dermatologie über Orthopädie bis Zahnmedizin. Insgesamt erfasst die Studie 779 verschiedene Marken von 504 Firmen.

Kern der Methodik ist die Gestaltung der Anfragen. Auf Basis einer Vorrecherche zu führenden Anbietern und vorhandener Marktforschung werden die relevanten Produktkategorien und Anlässe des Themenfelds bestimmt und je Kategorie mehrere realistische Anfragen von konkreten Kaufentscheidungen bis zu allgemeinem Informationsbedarf entwickelt. Sie sind als natürliche Fragen im Gesprächston formuliert, werden mit KI-Unterstützung entworfen, von den Forschenden geprüft, überarbeitet oder verworfen und an der Ausdrucksweise von Verbrauchern in Foren und auf Bewertungsplattformen validiert. Marken oder Hersteller werden in den Anfragen nie genannt. Die Zahl der Marken steht deshalb nicht vorab fest, sondern ist ein Ergebnis der Studie: Erfasst wird, was die Modelle tatsächlich nennen, ohne vorgegebene Anbieterliste. So werden auch Akteure von außerhalb der Branche sichtbar, etwa Apotheken, Telemedizin-Anbieter, Gesundheitsportale oder Institutionen. Die 779 Marken sind daher keine bewusst breite Auswahl, sondern alles, was die Modelle über 14 Fachgebiete hinweg genannt haben. Gewertet werden Reihenfolge der Nennungen, Tonalität im Satzkontext und Quelle.

Im Gesamtranking führt ratiopharm deutlich mit 622 Punkten und belegt in sechs von zehn Modellen Rang 1. Bepanthen folgt mit 347 Punkten vor den Online-Apotheken SHOP APOTHEKE (283) und DocMorris (280); Fenistil komplettiert mit 266 Punkten die Top fünf. ratiopharm ist in allen 14 Produktkategorien vertreten. Die Top 10 vereinen nur rund 15 Prozent der KI-Performance-Punkte, womit sich die Sichtbarkeit breit verteilt.

Die Sentiment-Analyse von fast 72.000 Wörtern offenbart eine zu 88,3 Prozent sachlich-informierende Tonalität, gefolgt von 10,0 Prozent positiv-empfehlenden und 1,7 Prozent kritisch-hinweisenden Aussagen. Den 7.198 positiv konnotierten Wortnennungen aus 189 verschiedenen Begriffen stehen 1.208 kritische aus 116 verschiedenen Begriffen gegenüber. Kritik formulieren die Modelle fast nur als Sicherheitshinweis: „Nebenwirkung“, „Nachteil“, „Wechselwirkung“ und „teuer“ sind die häufigsten kritischen Begriffe, „schnell“, „helfen“, „geeignet“, „sinnvoll“ und „Komfort“ die häufigsten positiven.

Am Beispiel einzelner Marken zeigt sich, wie unterschiedlich die Modelle formulieren. Fenistil erhält mit 0,1 Prozent den geringsten Kritikanteil der Top 10. Bepanthen gilt als sanfter Familien-Klassiker für Haut und Wundheilung und erreicht mit einem Sentiment-Score von 11,9 den höchsten Wert der Top 10. ratiopharm erscheint meist als preisbewusste Generika-Alternative neben dem Original und wird deshalb eher als „günstig“ denn als „erste Wahl“ beschrieben. Lasea steht für pflanzliche Beruhigung, die nicht müde macht, benennt aber mit 2,4 Prozent die meisten Einschränkungen, Generika-Marke HEXAL wird mit einem Score von 5,9 am zurückhaltendsten beschrieben.

Auch zwischen den Modellen unterscheiden sich Präsenz und Tonalität erheblich: Grok formuliert mit 17,9 Prozent positiven Wörtern und einem Sentiment-Score von 17,3 am positivsten, Copilot mit einem Score von 5,1 und 3,2 Prozent kritischen Wörtern am vorsichtigsten. Claude nennt mit 314 Marken mehr als viermal so viele wie Copilot mit 71. Perplexity stellt als einziges Modell eine Krankenkasse, die AOK, an die Spitze. Die meistzitierten Quellen sind Gesundheitsinstitutionen und Gesundheitsmedien wie apotheken-umschau.de, die sich im Quellenranking unter den Top 3 platziert.

Aus den Befunden leitet die Studie konkrete Handlungsempfehlungen ab, die Hersteller dabei unterstützen, ihre Sichtbarkeit und ihre Darstellung in Large Language Models gezielt zu stärken. Die Ergebnisse zeigen auf, welche Quellen und Fachportale für die KI-Präsenz entscheidend sind und welche Anbieter ihre Sicherheitsinformationen und Wirkversprechen so belegen und strukturieren, dass sie von den Modellen wiedergeben werden.

Über die Studie:
Die ‚Studie KI-Performance Arzneimittel 2026‘ von *research tools* untersucht die Markensichtbarkeit von Anbietern in den zehn Large Language Models ChatGPT, Claude, Copilot, DeepSeek, Gemini, Grok, LLaMA, Mistral, Perplexity, Qwen anhand von jeweils 50 realitätsnah formulierten Nutzeranfragen über 14 Produktkategorien. Neben dem Gesamtranking mit insgesamt 779 Marken analysiert sie deren Position in Produktkategorien und Anbietergruppen. Zitationsquellen, Tonalitätsanalyse und Positionierung der Top-10-Marken runden das Bild ab.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/studie-ki-performance-arzneimittel-2026/

Der Studienherausgeber:
Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.
www.research-tools.net
www.linkedin.com/company/research-tools-net

Pressekontakt:
Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net