

WENN PATIENTEN NICHT MEHR GOOGELN, SONDERN DIE KI FRAGEN

Google verliert seinen Status als erste Anlaufstelle bei Fragen rund um die Gesundheit. So richten Patienten ihre Fragen heute an ChatGPT, Gemini oder Perplexity. Diese generativen KI-Systeme antworten, ohne dass ein einziger Klick auf die Praxiswebsite erfolgt – ein Umstand, den man so oder so bewerten kann, der vor allem aber eines offenlegt: Die Wege der Informationsbeschaffung in der heutigen Zeit haben sich geändert. Wer das ignoriert oder als unwichtig erachtet, der wird unsichtbar, ohne es zu merken (Abb. 1).

WARUM DER SWITCH HIN ZU KI?

Eine Suchmaschine zeigt viele blaue Links, ein KI-System gibt eine Antwort. Genau in diesem Unterschied liegt der Bruch, den viele Praxen noch unterschätzen: 68 Prozent* aller Google-Suchen enden inzwischen ohne einen einzigen Klick auf eine Website (Abb. 2). Die Information wird direkt in der Suchmaschine ausgespielt, der Nutzer bleibt auf der Ergebnisseite. Bei generativen KI-Systemen wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity ist dieser Effekt noch ausgeprägter. Sie liefern keine Linkliste zur Auswahl, sondern eine fertige, formulierte Antwort – inklusive Praxisname, Adresse und Leistungsspektrum, sofern die zugrundeliegenden Daten dafür ausreichen.

DIE LOGIK DER SICHTBARKEIT

Damit verändert sich die Logik digitaler Sichtbarkeit grundlegend. SEO, also Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung), hat jahrzehntelang die Frage beantwortet, wie eine Website bei Google möglichst weit oben erscheint. Nun lautet die neue Disziplin GEO, also Generative Engine Optimization. Sie beantwortet auch gleich eine andere Frage, nämlich die, wie eine Praxis oder Marke von einem KI-System überhaupt erkannt, korrekt eingeordnet und am Ende aktiv weiterempfohlen wird.

Wer diese Logik nicht versteht, verliert Patienten – leise und unbemerkt. Und dabei stürzt man nicht mal im Google-Ranking ab. Man erhält also nicht mal ein Warnsignal im Analytics-Tool. Die Praxis taucht in der generierten Antwort einfach nicht auf, und niemand merkt, dass sie fehlt.

DER WANDEL IST MASSIV

Aktuelle Analysen belegen, wie groß dieser Wandel bereits ist: KI-Systeme erzeugen – Stand Q1 2026 – weltweit rund 45 Milliarden Sessions pro Monat. Viele Studien unterschätzen diese Entwicklung massiv, weil über 80 Prozent der Nutzung in Apps stattfinden und nicht im Web gemessen werden. Wie es um diese Sichtbarkeit in der Praxis tatsächlich steht, hat Top Praxis, eine neue Content-Plattform speziell für den Gesundheitsmarkt, systematisch untersucht. Im Rahmen einer bundesweiten GEO-Index-Analyse wurden knapp 1.500 Dentalpraxen in Deutschland auf ihre KI-Sichtbarkeit hin geprüft (Abb. 3). Das Ergebnis ist deutlich: Die überwiegende Mehrheit der Praxen ist für generative Suchsysteme schlicht nicht greifbar – unabhängig davon, wie modern die Website gestaltet ist oder wie regelmäßig der Instagram-Kanal bespielt wird.

KI BENÖTIGT STRUKTURIERTE SIGNALE

Eine ansprechende Website allein erzeugt für eine KI kein Vertrauen, wenn ihr die strukturierten, maschinenlesbaren Signale fehlen. Der Grund liegt in der Funktionsweise der Systeme selbst. KI-Modelle bewerten keine Logos, keine Qualitätssiegel und keine gut gemeinten Imagefilme. Sie erkennen Muster: wiederkehrende, strukturierte Informationen, die über mehrere unabhängige Quellen hinweg konsistent auftauchen und sich gegenseitig bestätigen. Ein einzelner, wenn auch hochwertiger Praxisfilm reicht dafür nicht aus. Erst die Kombination verschiedener Inhaltsformen und die kontinuierliche Veröffentlichung über mehrere Kanäle und glaubwürdige Drittplattformen erzeugt jenes Signal, das ein KI-System als vertrauenswürdig genug einstuft, um es aktiv weiterzuempfehlen (Abb. 4).

FÜNF VORAUSSETZUNGEN FÜR SICHTBARKEIT

Es können fünf Voraussetzungen identifiziert werden, die über Sichtbarkeit im KI-Zeitalter entscheiden. Diese ergeben



Abb. 1 Die Wege der Informationsbeschaffung haben sich geändert. Wer das ignoriert, wird unsichtbar, ohne es zu merken.



Abb. 2 68 Prozent* aller Google-Suchen enden inzwischen ohne einen einzigen Klick auf eine Website.

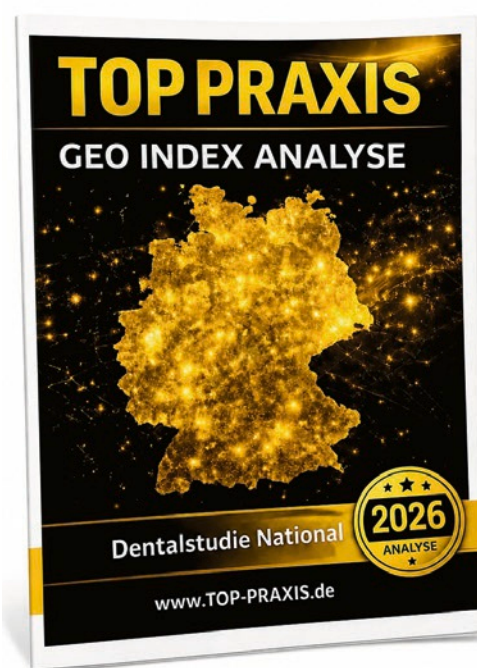


Abb. 3 Im Rahmen einer bundesweiten GEO-Index-Analyse wurden knapp 1.500 Dentalpraxen in Deutschland von Top Praxis auf ihre KI-Sichtbarkeit hin geprüft.



Abb. 4 KI-Modelle benötigen Muster, also wiederkehrende, strukturierte Informationen, die über mehrere unabhängige Quellen hinweg konsistent auftauchen und sich gegenseitig bestätigen.



Abb. 5 Für Zahnarztpraxen bedeutet das einen grundlegenden Strategiewechsel: Gut und sichtbar sein allein reicht heute nicht mehr. Das KI-System muss einen erkennen können.

nur im Zusammenspiel ein zitierfähiges Signal. Diese fünf Voraussetzungen, die gemeinsam erfüllt sein müssen, wenn eine Praxis morgen noch gefunden werden will, lauten:

1. Fachlich belastbare Experteninhalte, die medizinische Kompetenz nachvollziehbar machen.
2. Strukturierter Video-Content, der komplexe Sachverhalte für Patienten und Systeme verständlich aufbereitet.
3. Plattformübergreifende konsistente Präsenz auf Websites, YouTube und Social Media.
4. Aktives Vertrauen durch Backlinks, Bewertungen und Referenzen.
5. Tatsächliche, nachweisbare Sichtbarkeit innerhalb der KI-Systeme selbst – also der Nachweis, dass die Praxis in einer KI-Antwort auch wirklich genannt wird, statt nur zu vermuten, dass gute Inhalte automatisch dazu führen.

GEO-VIDEOS FÜR KI-SICHTBARKEIT

Jede dieser zuvor aufgeführten fünf Komponenten allein bewirkt nur wenig. Erst im Zusammenspiel entsteht das, was Suchsysteme als zitierfähiges digitales Signal erkennen – jene Substanz also, auf die generative KI tatsächlich reagiert, wenn sie eine Empfehlung formuliert. Genau da setzt Top Praxis an. Die Plattform produziert medizinischen Videocontent, der gleichzeitig von Patienten verstanden und von KI-Systemen korrekt eingeordnet wird – sogenannte GEO-Videos.

Sie entstehen praxisindividuell, KI-gestützt produziert, ohne Drehtag in der Praxis, ohne Ausfallzeit im laufenden Behandlungsbetrieb und ohne eigenen Produktionsaufwand für Ärztin oder Arzt. Konzeption, Drehbuch und Produktion liegen vollständig bei Top Praxis; die Praxis erhält fertigen, veröffentlichungsreifen Content für die Website, den YouTube-Channel und Social Media und muss ihn nur noch freigeben.

Damit allein ist es jedoch nicht getan, denn ein einzelnes Video erzeugt noch kein Muster. Top Praxis ergänzt die Videos um strukturierte Web-Snippets nach Schema.org-Standard, E-E-A-T-konforme Begleittexte (E-E-A-T = Experience/Erfahrung, Expertise/Fachwissen, Autoritativität/Autorität und Trust/Vertrauenswürdigkeit) für Website und Social Media sowie die Einbindung in ein plattformübergreifendes Informationsnetzwerk, das als verlässliche Drittquelle fungiert.

Erst dieses Zusammenspiel aus Video, struktureller Auszeichnung und kontinuierlicher Distribution erfüllt alle fünf Voraussetzungen gleichzeitig – und erzeugt aus einzelnen Maßnahmen ein belastbares, wachsendes GEO-Fundament.

GRUNDLEGENDER STRATEGIEWECHSEL

Für Praxen bedeutet das einen grundlegenden Strategiewechsel: weg von der Frage, wie man bei Google weiter oben steht, hin zur Frage, ob man von einem KI-System überhaupt erkannt, korrekt eingeordnet und aktiv empfohlen wird. Denn gut zu sein reicht heute allein leider nicht mehr aus (Abb. 5).

Beide Fragen schließen sich nicht aus, doch nur wer beide beantwortet, bleibt langfristig auffindbar. Entscheidend ist dabei, dass keine einzelne Maßnahme allein wirkt: Ein neues Video, ein optimiertes Google-Profil oder ein einzelner Fachartikel lösen jeweils nur einen Teil des Problems.

Erst wenn Video-Content, strukturierte Daten und kontinuierliche Veröffentlichung über mehrere Plattformen ineinandergreifen, entsteht jenes wiederkehrende Muster, das KI-Systeme als belastbares Vertrauenssignal lesen. Top Praxis übernimmt als Content-Dienstleister dabei die gesamte Umsetzung und macht aus medizinischer Expertise sichtbares, zitierfähiges Vertrauen.

ÜBER TOP PRAXIS

Die Top-Praxis-Plattform ist eine Initiative der The Breakfast Club Marketing GmbH von Thomas Neef. Die Top-Praxis-Plattform bündelt die Expertise für GEO Video Content und KI-gestützte digitale Sichtbarkeit im Gesundheitswesen. Das Team entwickelt strukturierte Content-Strategien für Zahnarztpraxen, Hersteller oder Krankenkassen – von der strategischen Analyse bis hin zu individuellen GEO-optimierten Videos. Zahnarztpraxen sind eingeladen, über den QR-Code eine individuelle Benchmarkanalyse zu beauftragen und ihren eigenen Status quo sowie konkrete Handlungsempfehlungen zu erhalten.

* Quelle: SparkToro/Similarweb, Rand Fishkin, 2026.

Weitere Infos unter www.top-praxis.de oder direkt über den QR-Code.

Abbildungen: © Top Praxis

„Top Praxis“, eine Initiative von
The Breakfast Club Marketing GmbH
Friedrichstr. 18 | 25469 Halstenbek
info@top-praxis.de

