

LLM Reputation Report

Pharma und MedTech in der Schweiz 2026

cuemarc



Risk detected

Risk detected

01010101010101000
000000001
0101010101010101
0101010101010101

Studiendokumentation

Einleitung

Eine neue Ära beginnt

Large Language Models wie ChatGPT entwickeln sich zu einem eigenständigen Kommunikations- und Reputationskanal, der zunehmend beeinflusst, wie Menschen Informationen einordnen, vergleichen und bewerten. Im Gegensatz zu klassischen Medien und Suchmaschinen entzieht sich dieser Kanal bislang weitgehend einer systematischen Messung.

Ziel dieser Studie ist es, die Sichtbarkeit und Reputation von 26 Pharma- und 25 MedTech-Unternehmen in ChatGPT (Modelle 5.1 und 5.2) systematisch zu messen und vergleichbar zu machen. Entlang von sechs Reputationsdimensionen nach dem Reputationsmodell der swissreputation.group wird analysiert, welche Unternehmen in welchen Themenfeldern am häufigsten genannt werden und wo erhöhter Reputationsdruck besteht. Zugleich wird untersucht, welche Quellen ChatGPT in den jeweiligen Reputationsdimensionen am häufigsten heranzieht.

Die Analyse schafft damit erstmals eine strukturierte Nullmessung und liefert eine strategische Entscheidungsgrundlage, um Owned- und Earned-Media-Aktivitäten gezielt auszurichten, Kommunikationsmassnahmen abzuleiten und die Reputation in ChatGPT langfristig zu stärken.

Liste der analysierten Unternehmen im Bereich Pharma

AbbVie	Lonza Group
Amgen	Lundbeck
Astra Zeneca	Merck
Bayer	Moderna
Biogen	MSD
Boehringer Ingelheim	Novartis
Bristol Myers Squibb	Novo Nordisk
CSL Vifor	Octapharma
Debiopharm	Pfizer
Gilead	Roche
GSK	Sandoz
Johnson & Johnson Medicine	Sanofi
Lilly	Takeda

Liste der analysierten Unternehmen im Bereich MedTech

Abbott	Medela
Alcon	Medtronic
B. Braun Medical	Nobel Biocare
Biotronik	Oertli Instrumente
Coltène	Roche Diagnostics
Dentsply Sirona	Schiller AG
Haag-Streit Diagnostics	Sonova
Hamilton Medical	Straumann Group
Ivoclar Vivadent	Stryker
Jabil	Tecan Group
Johnson & Johnson MedTech	Ypsomed
Mathys/Enovis	Zimmer Biomet
Medartis	

Methodik

Methodik

Studiendesign

- Zeitraum: Dezember 2025
- Tracking-Dauer: 21 Tage
- Unternehmen: 26 Pharma- und 25 MedTech-Unternehmen
- Modelle: ChatGPT 5.1 und 5.2
- Sprache und Land: Deutsch, Schweiz
- Stichprobe: N = 432 LLM-Antworten

Query-Setup

- Es wurden Queries anhand 6 Reputationsdimensionen erstellt
- Es wurden 6 Queries pro Dimension gestellt
- Es wurden positive sowie kritische Fragen erhoben, um Empfehlungen sowie Kritik systematisch abzubilden
- Alle Queries sind indirekter Art. Sie fragen nach Branche und Reputationsdimension und nie direkt nach einer spezifischen Unternehmung

Berechnung der Sichtbarkeit

Die Sichtbarkeit basiert auf dem Zählen, wie oft eine Marke in den ChatGPT-Antworten genannt wird. Die Auswertung wurde mithilfe von KI erstellt.

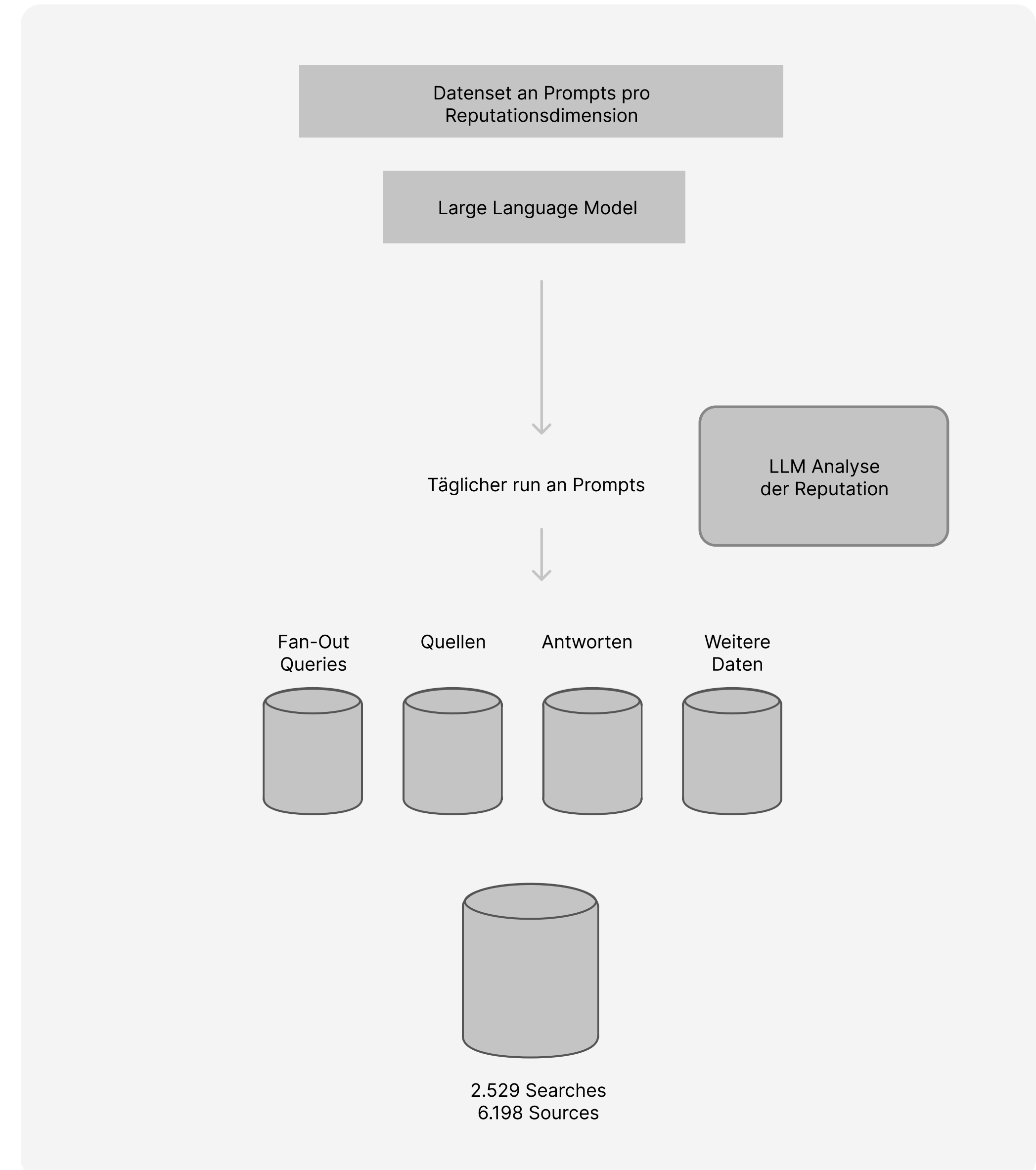
Berechnung des Reputationsscores

Die Reputation basiert auf einer regelbasierten, semantischen Bewertung jeder einzelnen markenbezogenen Aussage auf einer Skala von -5 bis +5. Aussagen mit geringer Intensität werden standardmässig gewichtet ($\times 1.0$). Klar positive oder klar negative Aussagen werden stärker gewichtet ($\times 1.5$), während sehr stark ausgeprägte Bewertungen in Form klarer Empfehlungen oder deutlicher Ablehnung die höchste Gewichtung erhalten ($\times 2.0$). Zur Einordnung wurde der KI ein vordefiniertes Einteilungsset mitgegeben.

Der Reputationswert einer Marke ergibt sich aus dem gewichteten Mittelwert aller bewerteten Aussagen.

Aufbau des Reports

Für jede Reputationsdimension liefert die Studie Erkenntnisse über die Sichtbarkeit und Reputation der getrackten Firmen sowie die von ChatGPT genutzten Quellen.



Begrifflichkeiten

Das Reputationsmodell

Für die Erstellung der Queries und den Aufbau des Reports wurde das Reputationsmodell der swissreputation.group genutzt.

Das Modell strukturiert die Analyse und Erstellung der Search Queries entlang von sechs Reputationsdimensionen. Diese sind:

- Products & Services
- Innovation
- Economic Performance
- Management & Leadership
- Workplace
- ESG & Sustainability

Beispiel-Queries:

“Welche Pharmafirmen gelten aktuell als besonders innovativ?”

“Welche MedTech-Unternehmen haben eine eher schlechte Work-Life-Balance?”



Begrifflichkeiten

Erläuterung zu Quellen

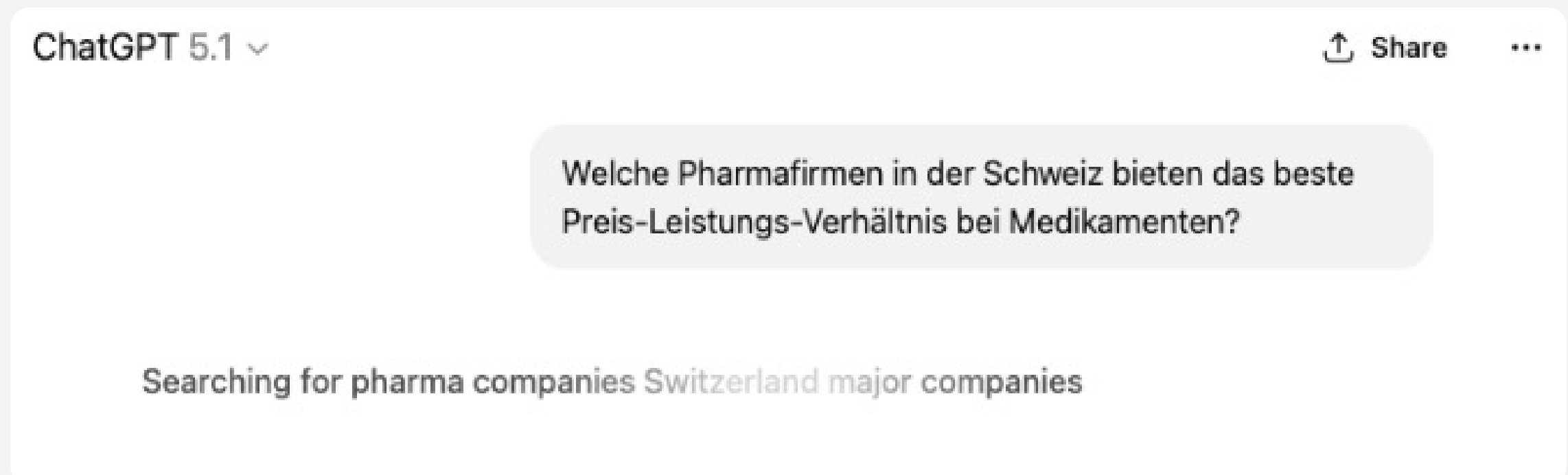
Ein Large Language Model (LLM) wird zunächst mit einer grossen Menge bestehender Inhalte trainiert, die aus historischen, kuratierten und öffentlich zugänglichen Quellen stammen. Diese Trainingsphase vermittelt dem Modell grundlegendes Sprach- und Weltwissen, kann jedoch auch Verzerrungen enthalten, wenn die zugrunde liegenden Inhalte einseitig oder veraltet sind.

In der konkreten Anwendung basieren LLM-Antworten auf diesem trainierten Wissensfundament und, je nach System, auf zusätzlich einbezogenen aktuellen Quellen. Zu verstehen, welche Inhalte und Quellen bei bestimmten Themen besonders stark berücksichtigt werden, ist zentral.

Denn dabei wird sichtbar, welche Earned-Media-Quellen die Meinungsbildung in LLM-Antworten prägen und ob eigene Owned-Media-Kanäle wie Unternehmenswebsites oder Social-Media-Inhalte überhaupt berücksichtigt werden.

Diese Transparenz bildet die Grundlage, um Kommunikationsstrategien gezielt auszurichten und konkrete Massnahmen abzuleiten.

Beispiel Fan-Out-Query Websearch GPT5.1



The screenshot shows a chat interface for ChatGPT 5.1. At the top left, it says "ChatGPT 5.1" with a dropdown arrow. At the top right, there are "Share" and "..." icons. The user's query is: "Welche Pharmafirmen in der Schweiz bieten das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bei Medikamenten?". The AI's response is: "Searching for pharma companies Switzerland major companies".

Begrifflichkeiten

Erläuterung der Visibilität

LLMs ordnen Informationen neu, gewichten sie und setzen sie in einen Zusammenhang. Daraus entsteht ein eigenständiges Bild von Marken – eines, das Unternehmen nicht direkt steuern können, das sich jedoch durch gezielte Kommunikationsmassnahmen beeinflussen lässt.

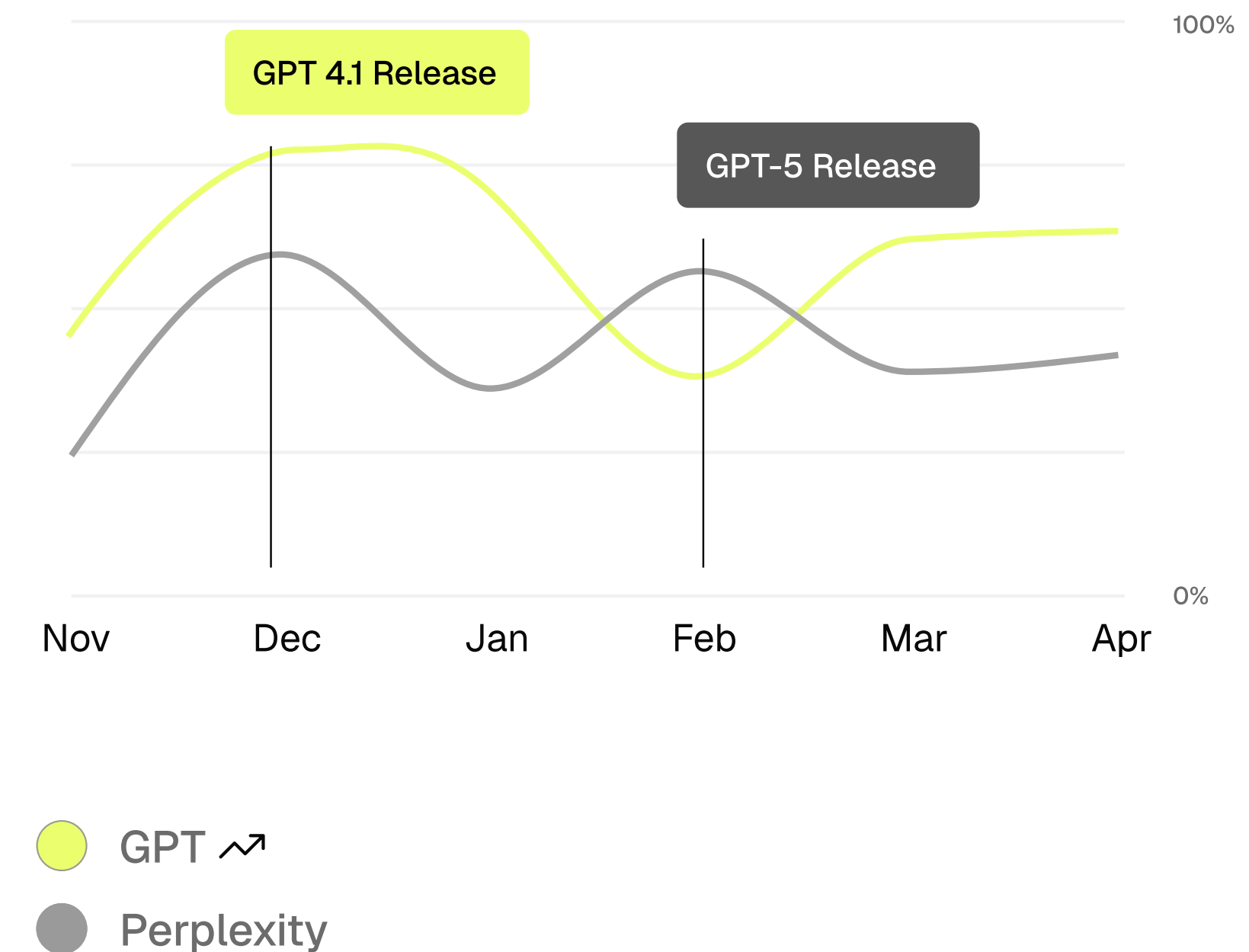
Die Sichtbarkeit einer Marke in einem LLM entsteht aus zwei Faktoren: dem im Modell verankerten Grundwissen und den aktuellen Quellen, die zur Beantwortung einer Frage herangezogen werden. Dieses Zusammenspiel bestimmt, wie häufig eine Marke genannt wird, in welchem thematischen Kontext sie erscheint und welche inhaltliche Bedeutung ihr zugeschrieben wird.

Für Unternehmen ist diese Form der Sichtbarkeit besonders relevant, da sie beeinflusst, ob und wie stark eine Marke wahrgenommen wird, etwa im Vergleich zu Wettbewerbern oder in Bezug auf bestimmte Themen, Produkte und Services.

Sichtbarkeit lässt sich themenspezifisch messen und mit Wettbewerbern vergleichen. Dadurch wird erkennbar, in welchen Themenfeldern eine Marke gut positioniert ist und wo bei strategisch wichtigen Themen bislang kaum Präsenz besteht.

Da sich Sichtbarkeit je nach Modell, Fragestellung und Zeitraum verändert, ist ein systematisches Tracking notwendig, um Positionierungslücken frühzeitig zu erkennen und gezielt zu schliessen.

Was sind die besten Arbeitgeber in der Pharma-Industrie?



Ergebnisse - Auszug LLM Reputation Report MedTech

Dimension Workplace

Workplace Reputation

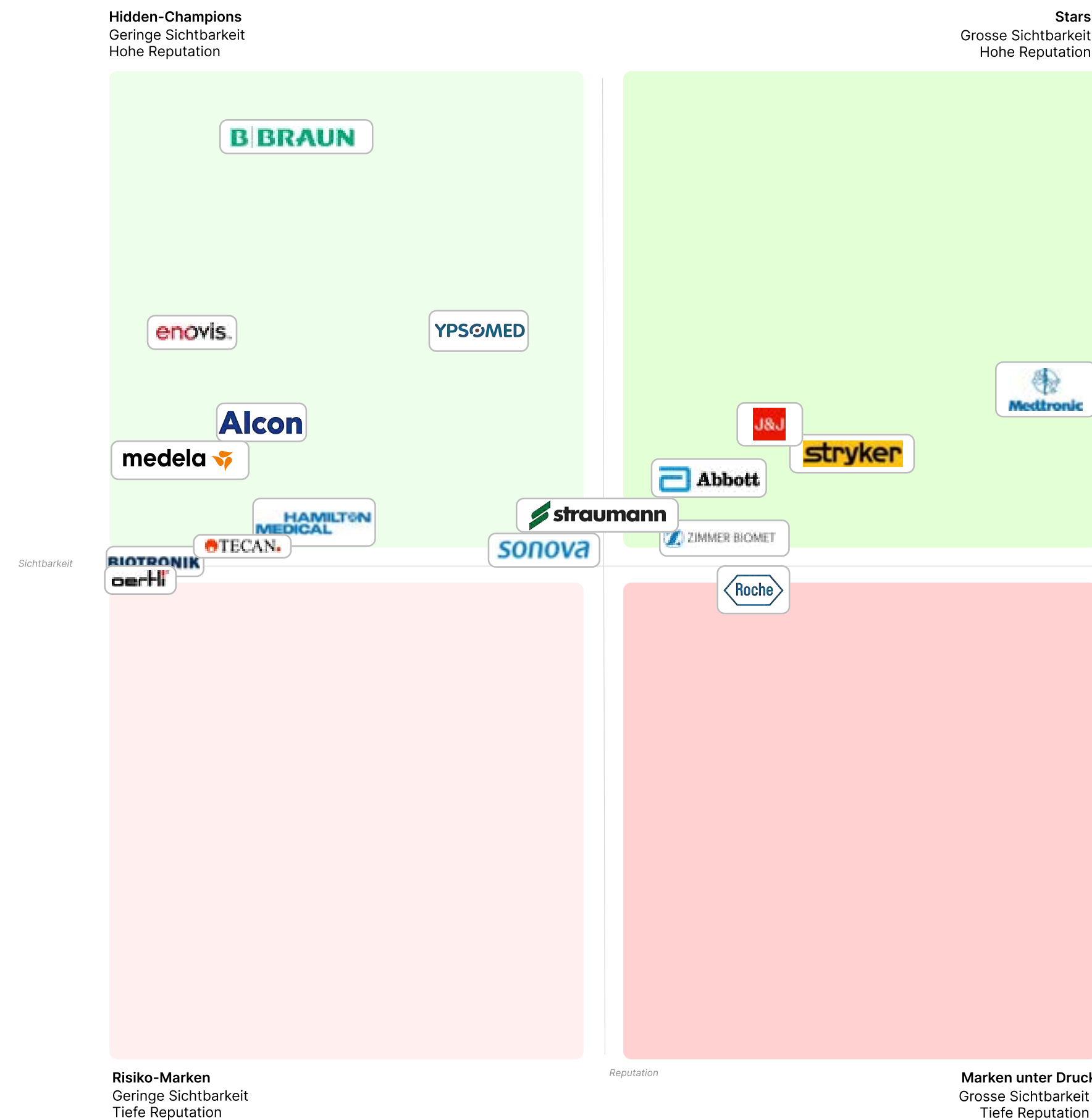
Beschreibung

Diese Visualisierung zeigt, wie MedTech-Unternehmen in LLM-Antworten im Kontext der Reputationsdimension Workplace positioniert werden.

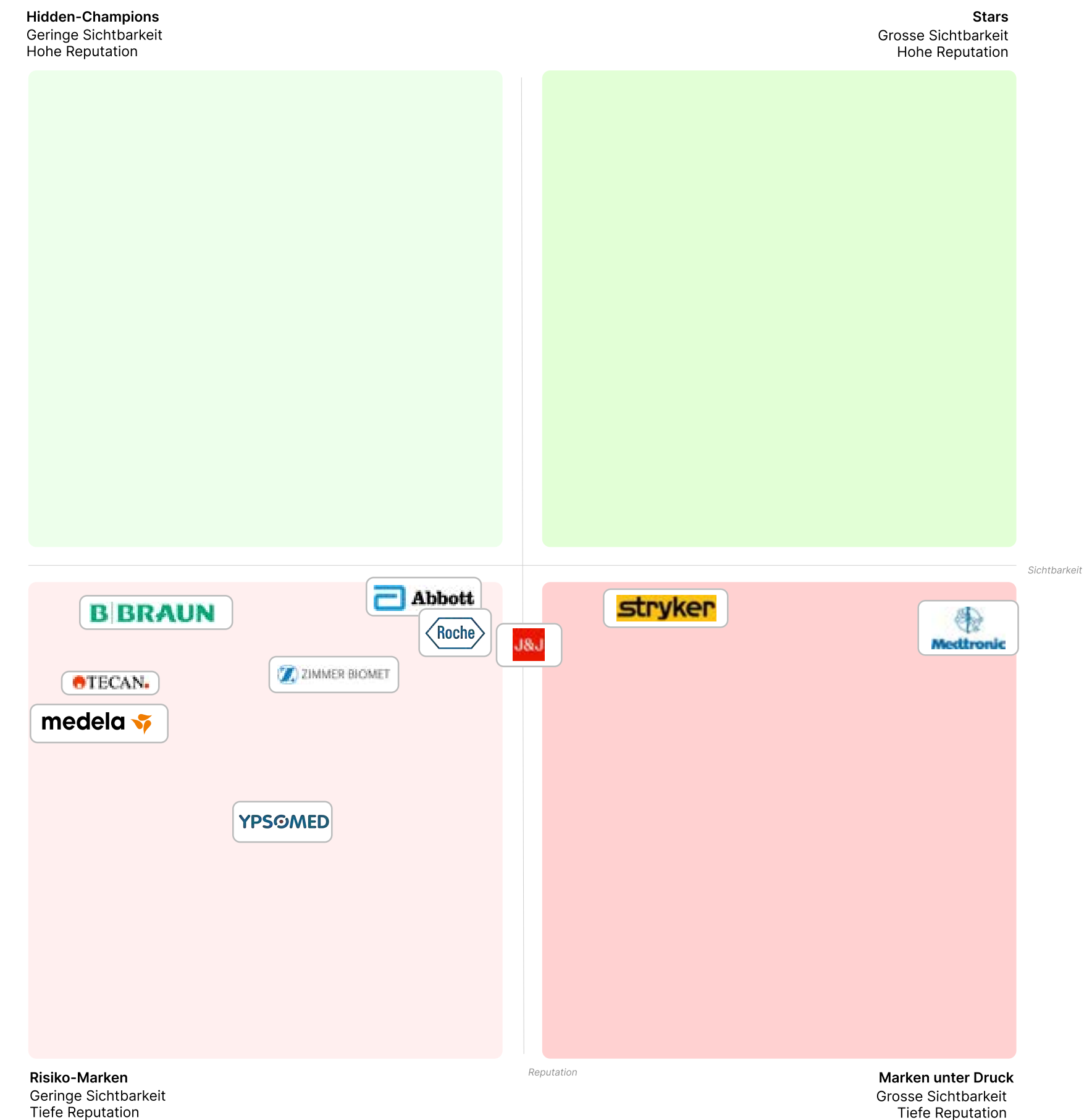
Die Quadranten kombinieren Nennungsfrequenz mit der semantischen Tonalität. Unternehmen aus dem ausgewählten Analysepool, die nicht abgebildet sind, kamen in den ausgewerteten LLM-Antworten nicht vor.

*Beispiel-Prompt:
"Welche MedTech-Unternehmen bieten den Mitarbeitenden die besten Entwicklungsmöglichkeiten?"*

Empfehlungsorientierte Fragen



Kritisch formulierte Fragen



Diese Darstellung zeigt die gemessenen Daten in einem Visibilitäts-Reputationsquadranten zu positiv formulierten Fragestellungen.

Diese Darstellung zeigt die gemessenen Daten in einem Visibilitäts-Reputationsquadranten zu negativ formulierten Fragestellungen.

Workplace Visibilität

Bei dieser Messung wurden unter anderem Prompts zu attraktivem Arbeitgeber, Diversity und besten Entwicklungsmöglichkeiten gestellt.

Top 5

1. Medtronic
2. Stryker
3. Johnson & Johnson
4. Roche
5. Abbott

● Dein Unternehmen
 ● Leader
 ○ Mittelfeld
 ○ Wenig Sichtbarkeit

Abbott	47.3%	Medela	1.8%
Alcon	7.3%	Medtronic	81.8%
B. Braun Medical	23.6%	Nobel Biocare	Low visibility
Biotronik	1.8%	Oertli Instrumente	Low visibility
Coltène	Low visibility	Roche Diagnostics	60.0%
Dentsply Sirona	Low visibility	Schiller AG	Low visibility
Haag-Streit Diagnostics	Low visibility	Sonova	32.1%
Hamilton Medical	11.3%	Straumann Group	38.2%
Ivoclar Vivadent	Low visibility	Stryker	69.1%
Jabil	Low visibility	Tecan Group	9.1%
Johnson & Johnson MedTech	63.6%	Ypsomed	31.8%
Mathys/Enovis	5.5%	Zimmer Biomet	45.5%
Medartis	Low visibility		

Workplace Quellen

Auffällig ist die starke Referenzierung von Unternehmensseiten auf Wikipedia. Entsprechend wichtig ist es, diese Seiten regelmässig zu aktualisieren, auch im Hinblick auf die Arbeitgeberpositionierung.

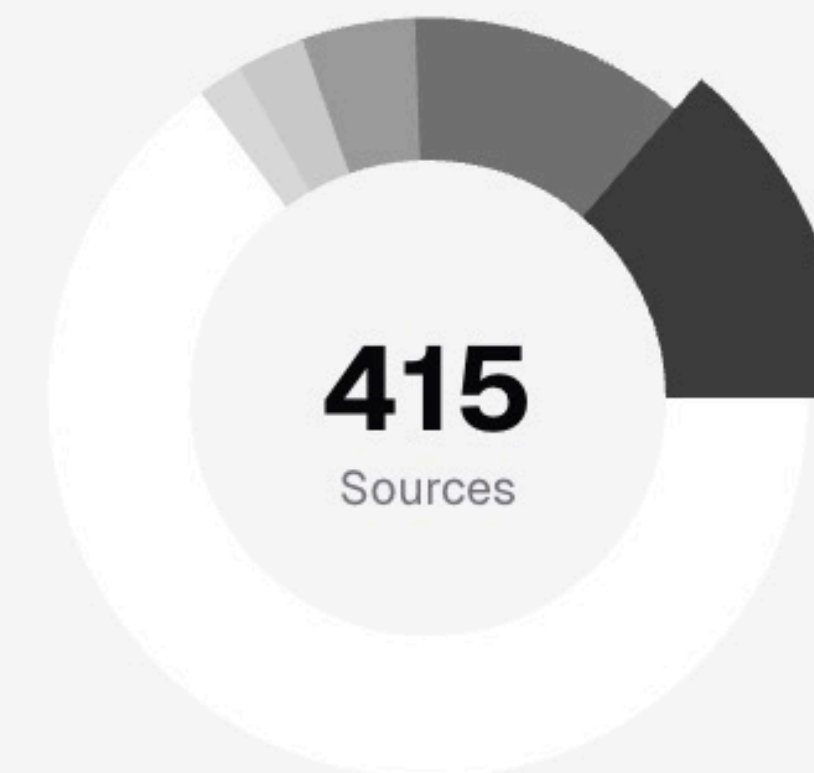
Plattformen wie kununu sollten zudem aktiv verwaltet und strategisch genutzt werden, um positive Bewertungen sicherzustellen, da ChatGPT bei Fragestellungen rund um Arbeitgeberthemen häufig auf diese Quelle zur Generierung von Antworten zurückgreift.

Das gilt es jetzt zu tun:

- Wikipedia auditieren: Englische Unternehmensseite gezielt auf Arbeitgeber-Narrativ prüfen und mit belegbaren Drittquellen aktualisieren.
- Arbeitgeber-Awards integrieren: Relevante Auszeichnungen mit unabhängigen Quellen im Wikipedia-Beitrag ergänzen.
- kununu aktivieren: Mitarbeitende strukturiert zur ehrlichen Bewertung motivieren und Plattform strategisch managen.

Most Mentioned Sources by Domain

View the most frequently cited sources for this topic across all queries.



● en.wikipedia.org	13.7%	● kununu.com	11.8%
● de.wikipedia.org	4.8%	● msd.ch	2.9%
● jnj.com	1.9%	● Other	64.8%

Workplace Beispielantwort



ChatGPT 5.1 ▾

„Hier ein Überblick über MedTech- und nahe Healthcare-Tech-Unternehmen, die aktuell häufig für gute Mitarbeiterentwicklung, Kultur und Lernen genannt werden. Die Liste kombiniert Rankings mit Branchenwahrnehmung – Schwerpunkt auf international bekannten Firmen, viele haben auch Standorte in der Schweiz/DACH. (...)“

„Stryker – Warum relevant: regelmässig in World’s Best Workplaces vertreten; starkes Employer-Branding im MedTech-Bereich. (...) Entwicklungsschwerpunkte: klar definierte Karrierepfade, intensive Sales-Trainings, Führungskräfteprogramme, Job-Rotation, viel Coaching-on-the-job.“

„Boston Scientific – Warum relevant: Fokus auf Kulturwandel, Empowerment und Talententwicklung. (...) Entwicklungsschwerpunkte: Investitionen in Innovation und technische Weiterbildung, empowered teams, gute interne Mobilität.“

„Medtronic – Warum relevant: stabiler Arbeitgeber mit guten Lernmöglichkeiten. (...) Entwicklungsschwerpunkte: interne Trainings-Akademien, Unterstützung von Weiterbildungen, internationale Karriereoptionen.“

„Johnson & Johnson MedTech – bekannt für strukturierte Talentprogramme. (...) Entwicklungsschwerpunkte: Graduate- und Leadership-Programme, klare Karrierepfade, globales Learning-Ökosystem und Mentoring.“

„Siemens Healthineers – Fokus auf High-Tech-Diagnostik und Digitalisierung. (...) Entwicklungsschwerpunkte: technische Akademien, Traineeprogramme, interne Wechselmöglichkeiten.“

„Roche Diagnostics – bekannte Lernkultur im Diagnostics-Bereich. (...) Entwicklungsschwerpunkte: Weiterbildungen in Diagnostics und Data, Führungskräfteentwicklung, Unterstützung externer Weiterbildung.“

„Abbott – wahrgenommen mit guten Rotationsmöglichkeiten. (...) Entwicklungsschwerpunkte: Programme für Young Professionals, Ausbildung im klinisch-technischen Vertrieb, internationale Einsätze. (...)“

Angebot

Unser Angebot 1/2

Der umfassende LLM Reputation Report

Auf Basis der getrackten Ergebnisse zeigen wir, wie Ihr Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz in den sechs Reputationsdimensionen wahrgenommen wird. Der Report macht transparent, welche Medien, Foren und Plattformen das Narrativ in ChatGPT prägen und wo die Reputation unter Druck gerät.

Basierend darauf leiten wir konkrete und individuelle Massnahmen ab, um die Reputation und Sichtbarkeit in LLMs gezielt zu stärken. Sämtliche Resultate und Empfehlungen werden dabei spezifisch auf Ihr Unternehmen zugeschnitten.

Über diese Studie

Strategische Empfehlungen basierend auf den getrackten Resultaten

Beschreibung

Pharma / Workplace Ergebnisse

Workplace Reputation

Beschreibung

Die Visualisierung zeigt, wie Pharmaunternehmen in LLM-Antworten im Kontext der Reputationsdimension Workplace positioniert sind. Die Quadranten kombinieren Nennungsfrequenz mit der semantischen Tonalität. Unternehmen aus dem ausgewählten Analysepool, die nicht abgebildet sind, kamen in den ausgewerteten LLM-Antworten nicht vor.

Beispiel-Prompt:
"Welche Pharmaunternehmen gelten als attraktive Arbeitgeber in Bezug auf Arbeitskultur, Entwicklungsmöglichkeiten und Arbeitsbedingungen?"

Empfehlungsorientierte Fragen

Machen Sie einen Vergleich zwischen den Reputationsdimensionen...

Kritisch formulierte Fragen

Machen Sie einen Vergleich zwischen den Reputationsdimensionen...

Diese Darstellung zeigt die gemessenen Daten in einem Visibilitäts-Reputationsquadranten zu positiv formulierten Fragestellungen.

Diese Darstellung zeigt die gemessenen Daten in einem Visibilitäts-Reputationsquadranten zu negativ formulierten Fragestellungen.

Tracking von 15 eigenen Prompts im cuemarc-Tool

Zusätzlich zur Studie erhält Ihr Unternehmen die Möglichkeit, während eines Monats 15 individuelle Prompts im cuemarc-Tool zu tracken. So können gezielt Fragen rund um Ihr Unternehmen, strategisch relevante Themen oder C-Level-Management in verschiedenen Modellen (ChatGPT, Claude, Perplexity) analysiert werden. Dabei entstehen konkrete Einblicke zur Sichtbarkeit, Quellen, Sentiment sowie in jene Begriffe, Narrative und sprachlichen Muster, die von LLMs aufgegriffen werden.

cuemarc

Brand

3 Months | GPT | Claude | Gpt4

Brand

We analyze how often your brand is mentioned in response to indirect or informational questions related to your core business. This reveals how strongly your brand is associated with relevant topics and where there may be opportunities to strengthen brand presence.

95%
GPT
Visibility score overall

Most mentioned brands

See which brands dominate the conversation and compare your position

1	Harborstone Mutual	96%
2	Insurance Corps	94%
3	Evergreen Assurance Group	82%
4	ClaimFlow	10%
5	Coverly	3%

Watch Items

Topics your brand was mentioned negatively or where extra caution is advised

Positive	Negative
Client Support	Travel Insurance Coverage
Best Car Insurance	Value for money
Fast Claims Processing	Leadership shake-up
High Premiums	Claim Denials

Brand mention trend

See how your brand mentions rise or fall, helping you spot shifts in the narrative.

Language Breakdown

See how your brand is mentioned across languages over time.

Unser Angebot 2/2

LLM Reputation Report und Massnahmenplan

- ✓ Umfassender LLM Reputation Report über alle sechs Dimensionen zu Ihrem Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz und Branche in ChatGPT
- ✓ Erkennung von Reputationsrisiken
- ✓ Individuell abgeleiteter Massnahmenplan zur Verbesserung der Reputation in LLMs
- ✓ Zugriff auf das Tool von cuemarc und Tracking von 15 Prompts für einen Monat inklusive Ableitungen von Insights über Reputation, Quellen, Visibilität und Content für die getrackten Prompts
- ✓ 1-stündiger Call zur Ergebnisbesprechung mit den Co-Foundern von cuemarc mit Q&A für das Team

Kontakt

Kontaktieren Sie uns für Ihre Bestellung oder für weitere Informationen:

hello@cuemarc.com,
welcome@swissreputation.group, oder
telefonisch unter 044 500 22 05.

CHF 4'800.-
zzgl. MWST.

Ablauf



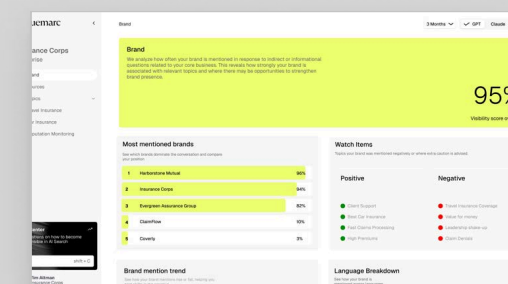
1. Direkter Zugriff auf den Report

Der Report ist innerhalb von 3-4 Tagen verfügbar und zeigt auf, wo Ihr Unternehmen im Vergleich zu der Konkurrenz in ChatGPT steht.



2. Q&A Session

Im Rahmen eines Calls mit den Co-Foundern von cuemarc werden die Ergebnisse besprochen sowie Massnahmenpläne und nächste Schritte definiert.



3. Tracking eigener Prompts

Zugriff auf das cuemarc-Tool, Aufsetzen von 15 individuellen Prompts und Tracking dieser über einen Zeitraum von einem Monat.

cuemarc

cuemarc ist ein Schweizer Unternehmen und Vorreiter im Bereich LLM-Listening und Monitoring.

Die Plattform von cuemarc macht sichtbar, wie Marken, Themen und Narrative in Large Language Models erscheinen und verbindet diese Analyse mit strategischer LLM-Beratung.

Durch die Kombination aus Listening und Consulting unterstützt cuemarc Unternehmen sowie PR- und Kommunikationsagenturen dabei, die Positionierung von Marken in LLMs gezielt zu verstehen und konkrete Kommunikationsmassnahmen abzuleiten, um LLMs als strategischen Kanal aktiv zu steuern.

www.cuemarc.com

swissreputation.group

Die swissreputation.group mit Sitz in Zürich ist ein führendes Beratungsunternehmen für evidenzbasiertes Reputationsmanagement.

Mit präzisen Messungen, fundierten Analysen und strategischer Beratung liefert das Unternehmen die Grundlagen für wirkungsvolle Kommunikation und effektives Reputationsmanagement.

Die Leistungen richten sich an die Unternehmensleitung und insbesondere an Verantwortliche in Corporate Communications, Strategie, Business Development, Human Resources und Nachhaltigkeit/ESG.

www.swissreputation.group