

Digitales Charisma

Grundmann

2026

ISBN 978-3-8006-7574-6

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Grundmann
Digitales Charisma

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

DIGITALES CHARISMA

**So überzeugst du mit Persönlichkeit und
Haltung in der digitalen Welt**

ANDREA GRUNDMANN

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

VERLAG FRANZ VAHLEN MÜNCHEN

vahlen.de

ISBN Print 978 3 8006 7574 6

ISBN E-Book (ePDF) 978 3 8006 7575 3

ISBN E-Book (ePUB) 978 3 8006 7576 0

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

© 2026 Verlag Franz Vahlen GmbH,

Wilhelmstr. 9, 80801 München

info@vahlen.de

Druck und Bindung: Westermann Druck Zwickau GmbH,

Crimmitschauer Straße 43, 08058 Zwickau

Satz: Fotosatz Buck

Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen

Produktion: Sieveking Agentur, München

Umschlag und Layout: Antonia Leven



vahlen.de/nachhaltig

produktsicherheit.vahlen.de

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier

(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben vorbehalten.

Der Verlag behält sich auch das Recht vor, Vervielfältigungen dieses Werkes zum Zwecke des Text and Data Mining vorzunehmen.

VORWORT

Es war eines dieser Strategiegespräche, wie ich sie oft führe. Mein Gegenüber: ein gestandener Unternehmer, internationale Erfahrung, hocherfolgreich, Mega-Netzwerk und dazu noch ein Super-Typ, richtig sympathisch, guter Humor und trotzdem bodenständig geblieben. Und dann dieser Satz: „*Ich weiß ehrlich gesagt nicht, wie ich das rüberbringen soll, was mich wirklich ausmacht. Das ist gar nicht so leicht zu beantworten. Wo soll ich denn da anfangen? Online wirkt das immer alles so ... glatt und unglaublich.*“

Das Muster

Ich erinnere mich sehr gut an diesen Moment. Nicht weil er so ungewöhnlich war (ich hatte diese Aussage zuvor fast wortgleich von diversen anderen Kunden gehört), sondern weil ich auf einmal das Muster erkannte: Menschen, die in der realen Welt glänzen, die über Charisma und Haltung verfügen und andere in ihren Bann ziehen, sobald sie einen Raum betreten, nehmen sich im Digitalen als unbefehlten wahr. Und so agieren sie dann auch: Sie wirken online wie ausgebremst. Nicht, dass sie es nicht könnten. Ihnen fehlt eher der klare Zugang, wie es funktioniert.

Dass es einen Unterschied zwischen analogem und digitalem Auftreten gibt, ist unbestreitbar: Im persönlichen Gespräch ergibt sich vieles ganz natürlich. Es existiert ein physisches Gegenüber, ein Kontext und eine Situation. Ob im Meeting, beim Abendessen oder auf der Bühne – in solchen Settings wissen diese Menschen, was sie tun müssen, um zu wirken. Und sie wirken. Im Digitalen fehlt ihnen jedoch dieser Rahmen. Es ist unklar, wer alles zuhört, mitliest oder urteilt. Und genau deshalb wird auf einmal die Frage so viel zentraler: Wer bin ich eigentlich – jenseits von Funktion und Titel? Was macht mich greifbar? Warum vertrauen mir andere, warum holen sie mich ins Boot?

Meiner Erfahrung nach ist es selten der Mangel an Mut, warum diese Personen die digitale Sichtbarkeit scheuen. In der Regel ist es der Mangel an Klarheit darüber, was die eigene Persönlichkeit wirklich ausmacht – und wie man sie transportiert. Eben nicht aufgesetzt oder inszeniert, und auch nicht glattgeschliffen. Keine unangenehme Ego-Show, sondern echt und nahbar. Und ja: auch strategisch klug.

Und da komme ich dann oft ins Spiel. Ich werde für Strategien beauftragt, für die Ausrichtung der Kommunikation auf LinkedIn, der Website oder allgemein im Markenauftritt. Gemeinsam erarbeiten meine Kund:innen und ich Positionierung, Fokus und Botschaft.

Mehr WER als WAS

Fast zwangsläufig geht es dann nicht nur um die Frage, WAS gesagt werden soll, sondern auch um die Frage, WER da eigentlich spricht. Und ob das überhaupt zusammenpasst mit dem, was öffentlich sichtbar ist. Viele unterschätzen, wie stark die eigene Persönlichkeit im Digitalen mitwirken kann.

Ich fühle mich dann jeweils an meine eigene Entwicklung erinnert, die ich vor einigen Jahren eher unbewusst selbst durchlaufen habe. Bis dahin hatte ich beruflich einen vielfältigen Erfahrungsschatz gesammelt: Ich bin ursprünglich gelernte Grafikdesignerin und noch im Print-Business „sozialisiert“. 1997 habe ich mir HTML beigebracht und seitdem führte mich mein ziemlich bunter Weg durch die Online-Welt in praktisch jeden Winkel des Brandings und Online-Marketings: erst als Freelancerin, dann Gründerin eines IT-Unternehmens und dann lange Jahre als Agenturinhaberin.

Damals, 2019, wusste ich nur, dass ich mich von meinem Agentur-Dasein lösen wollte. Ich wollte zukünftig als „Andrea“ auftreten und mein Aufgabenfeld verschieben: weg von der Umsetzung hin zu Strategie und Beratung. Ich war mir sicher, dass ich meine Kunden so noch besser würde unterstützen können.

Der erste Schritt war für mich logisch: Ich wollte anders wahrgenommen werden und mich bewusst von meiner alten, langjährig ausgeübten Rolle abgrenzen. Also erstellte ich eine zusätzliche Webseite für meine neue Tätigkeit und machte mir viel Gedanken über die „Über-mich-Seite“: Wer bin ich? Wofür stehe ich? Was macht mich aus? Diese Gedanken trieben mich weit mehr um als das eigentliche Angebot, von dem ich wusste, dass es sich noch entwickeln würde.

Ich sprach mit vielen Freund:innen, Kolleg:innen und Kund:innen, um herauszufinden, wie sie mich wahrnehmen, wofür sie mich schätzen und warum sie gerne mit mir arbeiten. Und auch, wann sie mich anstrengend finden und welcher meiner Charakterzüge sie auf die Palme bringt. Ich habe mich mit meinen Werten und Stärken auseinandergesetzt und überlegt, was von all dem ein authentisches und vor allem stimmiges Bild von mir zeichnet.

Herausgekommen ist eine sehr persönliche „Über-mich-Seite“, die gar nicht so viel über meine Kompetenzen erzählt, sondern mehr über mich, den Menschen Andrea. Und gleichzeitig über mein Verständnis von Personal Branding.

Im Nachhinein weiß ich: Ich habe diesen Prozess damals weniger für die anderen gemacht, sondern mehr für mich selbst. Um mich zu orientieren und einen Ausgangspunkt zu finden, von dem aus ich starten konnte. In der Folge entwickelte ich daraus nicht nur meine gesamte Webseite und mein neues Design, sondern auch meine Sichtbarkeit auf LinkedIn. Diese persönliche Positionierung half mir,

klar und direkt aufzutreten, meine Haltung zu äußern, mich bewusst in Debatten einzubringen und so mein wahrnehmbares Profil zu schärfen.

Mit der Zeit kamen immer mehr befreundete Unternehmer:innen auf mich zu und wollten genauso eine klare und persönliche Positionierung für sich selbst. Einerseits waren sie fasziniert von der stimmigen und zutreffenden Ausstrahlung meiner Webseite. Andererseits hatten sie erkannt, dass die Identität ihres Unternehmens untrennbar mit ihnen selbst verbunden ist und sie als Führungspersönlichkeit die Entscheidungen, die Sprache, die Unternehmenskultur und die Außenwirkung prägen. Und eine greifbare Unternehmer-Persönlichkeit ist eben nicht nur der wirksamste Differenzierungsfaktor – sie ist oft auch der einzige, den Wettbewerber nicht kopieren können.

So viele Fragen

Und so begann ich, immer mehr brillanten Personen viele, viele Fragen zu stellen. Ich war beeindruckt von ihren Lebensgeschichten und den Hintergründen ihrer Karrieren. Mit viel Demut hörte ich mir die Anekdoten an und kam aus dem Staunen oft nicht mehr heraus. Welche Erfahrungen und bemerkenswerten Haltungen mir da gegenüberstanden. Ich begriff, dass meine wichtigste Aufgabe war, eine Verbindung zu schaffen aus deren Blick in die Zukunft – wo wollen sie hin und mit welcher Ausrichtung wollen sie wahrgenommen werden – und gleichzeitig dem Blick in ihr Inneres: Was macht sie aus, wofür stehen sie und was treibt sie an?

Ich stellte also Fragen, sammelte die Antworten und clusterte sie. Ich hörte zu, hakte nach und fasste zusammen. Und holte ans Licht, was im Inneren längst da war, oft allerdings verborgen unter Schichten aus Konventionen, Erwartungen, Anpassung und Konformität. Und das brachte nicht nur viel Klarheit und Erkenntnis. Es machte mir gleichzeitig auch unglaublich viel Spaß.

Mein Anliegen

Vielleicht liegt es daran, dass ich immer gerne und viel gefragt habe. Schon als Kind wollte ich den Dingen auf den Grund gehen. Oberflächliche Antworten oder Phrasen machen mich wahnsinnig, vor allem der Satz: „Das macht man halt so.“ Und ich habe früh gelernt dranzubleiben, um die wirklich interessanten Antworten zu bekommen.

Diese Art, Fragen zu stellen – interessiert, präzise, manchmal auch unbequem –, zieht sich durch mein ganzes Leben. Und heute ist sie der Kern meiner Arbeit, denn ich habe meine besondere Art der Strategiearbeit erfolgreich zu einem einzigartigen Angebot ausgebaut.

Über die Jahre habe ich so einen bewährten Prozess entwickelt. Diesen schreibe ich nun in diesem Buch nieder, auch weil es mir ein großes Anliegen ist, noch mehr starken Persönlichkeiten, die wirklich etwas zu sagen haben, Sichtbarkeit zu erleichtern.

Oft sind gerade die cleveren und inhaltsstarken Leute in der Öffentlichkeit sehr zurückhaltend und äußern sich nicht. Das stellt in unseren gesellschaftlich unruhigen Zeiten ein großes Risiko dar, weil die öffentliche Wahrnehmung leider mehr durch die Quantität und Lautstärke der Meldungen geprägt wird als durch deren Qualität und Gehalt.

Von daher freue ich mich über jede Stimme mit Substanz, die digital sichtbar wird und sich für demokratische und gesellschaftliche Werte einsetzt. Und weil ich weiß, wie hilfreich dieser Prozess dafür ist, habe ich dieses Buch für euch geschrieben!

Wie dieses Buch dir hilft

Das Buch gliedert sich in fünf Hauptkapitel, die inhaltlich aufeinander aufbauen. In den ersten drei Kapiteln möchte ich dir wertvolles Wissen nahebringen, das dir hilft, die digitale Welt besser zu verstehen und vielleicht aus einem neuen Winkel zu betrachten.

In Kapitel 4 und 5 gebe ich dir dann eine Anleitung und viele praktische Aufgaben, mit denen du deine persönliche Wirkung und Sichtbarkeit gestalten kannst. Um das Beste für dich aus diesem Buch herauszuholen, empfehle ich, dir vor allem für die praktischen Übungen Zeit zu nehmen: Egal ob du bereits eine digitale Präsenz hast und sie optimieren möchtest oder ob du dich zum ersten Mal ernsthaft damit befasst: Mit diesen Fragen wirst du dein digitales Charisma auf jeden Fall aufbauen und stärken können.

Abschließend habe ich noch ein Bonus-Kapitel angefügt, mit dem ich den vermeintlichen „Risiken und Nebenwirkungen“ der digitalen Sichtbarkeit den Schrecken nehmen möchte, und dir Tipps und Anregungen gebe, wie du gut auch durch stürmische Zeiten navigierst.

Nutze dieses Buch als Informationsquelle, als Leitfaden und vor allem als Inspiration! Ich freue mich, wenn ich dir mit meinen Anregungen Leitplanken für deine Sichtbarkeit an die Seite gebe oder auch deinen bisherigen Aktivitäten einen neuen Drive.

Ich wünsche dir viel Spaß beim Deep Dive in die digitale Welt der Kommunikation und dein ganz individuelles, digitales Charisma.

Noch ein Hinweis zur Sprache

Da ich weiß, wie sehr unsere Sprache unsere Realität formt, habe ich mich entschieden, in diesem Buch „sanft“ zu gendern. Das heißt, ich werde alle Personenbezeichnungen (z.B. Unternehmer:innen, Politiker:innen) in der Gendervariante verwenden. Allgemeine, eher symbolische Begriffe (z.B. Sender, Empfänger, Entscheider, Arbeitgeber) genauso wie zusammengesetzte (Kundenzentrierung) und englische (z.B. Influencer, Follower) verwende ich im generischen Maskulinum.

Und für alle, die jetzt innerlich die Augen verdrehen, habe ich noch eine kurze Geschichte:

Ein Vater und sein Sohn haben einen schweren Autounfall. Der Vater wird dabei getötet, das Kind schwer verletzt. Als das Kind in den OP-Saal gebracht wird, sagt der Arzt zur Krankenschwester: „Ich kann diese Operation nicht durchführen, dieser Junge ist mein Sohn.“ Wie ist das möglich?

Die Auflösung verrate ich dir auf meiner Webseite unter:

<https://www.andreagrundmann.de/digitales-charisma/material>

Am Ende des Buches findest du eine Seite mit QR-Codes zu allen erwähnten Links.

Einsatz von KI

Und ja, ich habe KI im Schreibprozess genutzt. Als kritischen Gesprächspartner, zum Recherchieren und als Impulsgeber. Sie hat mir geholfen, meine Gedanken zu schärfen, Perspektiven zu hinterfragen und Ideen schneller in eine klare Struktur zu bringen. Gleichzeitig hat sie Redundanzen aufgezeigt und mich aufgefordert, meine Argumente zu präzisieren und auf den Punkt zu bringen. Die Verantwortung für Inhalte, Fakten und Stil lag komplett bei mir. Ich verstehe KI als Werkzeug, das mein Denken ergänzt, aber niemals ersetzt.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

INHALTSVERZEICHNIS

LEADERSHIP UND SICHTBARKEIT – WARUM IN DER DIGITALEN WELT ANDERE SPIELREGELN GELTEN	15
Kommunikation: Vom Überlebensinstrument zur Echokammer	17
Die Grundsätze der Kommunikation	18
Der Fortschritt und seine Auswirkungen	21
Der Informationsoverload und seine Folgen	25
Algorithmen, Filterblasen, Echokammern	27
Führung: Vom Vorgesetzten zum Leader	30
Neue Arbeitswelt, neues Führungsverständnis	31
New Leadership, New Leaderskills	34
Auftritt: Vom Zufall zur Wirkung	41
Die Entscheidung	42
Das Personal Branding	45
Die Vorteile	46
Die CEO-Kommunikation	52
WAHRNEHMUNG UND WIRKUNG – WO ZEITLOSE MECHANISMEN GREIFEN	61
Denken: Vom Reflex zur Sinnsuche	63
Drei Gehirne	63
Schnelles Denken, langsames Denken	67
Zutiefst sozial	68
Zutiefst sinnsuchend	71
Zutiefst emotional	74
Entscheiden: Vom Reiz zur Bewertung	78
Die Welt wahrnehmen	78
Warum Wahrnehmungen unterschiedlich sind	79
Menschen wahrnehmen	83
Vertrauen aufbauen	86
Entscheidungen treffen	88
Irren: Vom Abbild zum Bias	92
Der kognitive Geizhals	92
Die 15 häufigsten Biases	94
SINN UND SIGNAL – WAS HINTER DER MAGIE VON MARKEN STECKT	105
Klarheit: Von Konsequenz bis Konsistenz	107
Die Methodik von Marken	108
Der Wert von Marken	112
„Menschenmarken“	113

Wirkung: Von Sympathie bis Authentizität	122
Interaktion ist alles	123
Sympathie öffnet	127
Klarheit überzeugt	130
Relevanz zählt	132
Autorität entsteht	133
Authentizität gewinnt	134
Haltung lohnt sich	139
Perfektionismus stört	143
Digitale Signale: Von Touchpoint bis Sprache	147
Die Macht der Details	148
Digitale Touchpoints und ihre Besonderheiten	149
Foto, Video, Audio	158
Sprache und Text	163
PERSÖNLICHKEIT UND PERSONAL BRAND – WIE DU DEINE DIGITALE IDENTITÄT ENTWICKELST	173
Deine Persönlichkeit	175
Deine Persönlichkeitsmerkmale	176
Deine „Serious Leisures“ und Herzensprojekte	184
Deine Haltungen	187
Deine Positionierung	191
Zwischen Zugehörigkeit und Abgrenzung	192
Dein Umfeld	195
Deine Audience	195
Relevanz deiner Positionierung	198
Haltung als Teil deiner Positionierung	201
Positionierungsansätze	202
Deine Personal Brand	205
Deine Expertise	206
Deine Ausstrahlung und dein Stil	210
Dein Narrativ	221
Dein Thought Leadership	222
HANDS ON – WIE DU DEINEN LINKEDIN-AUFTRITT CHARISMATISCH GESTALTEST	231
Das LinkedIn-Game verstehen und mitspielen	233
Der LinkedIn-Mittelpunkt	233
Der LinkedIn-Algorithmus	238
Deine Vorarbeit	243
Deine digitale Kompetenz und Kommunikationsfähigkeit	244
Deine Ziele und Zielpersonen	244
Deine Ressourcen	246

Dein LinkedIn-Profil	249
Das Besondere an dir	249
Die wichtigsten Elemente deines Profils	252
Dein digitales Networking	262
Nutze dein Spielfeld	263
Erweitere dein Netzwerk	265
Pflege deine Kontakte	274
Dein Content	276
Herausforderung Sichtbarkeit	276
Die 7 Prinzipien von gutem Content	278
Deine Content-Strategie	281
Deine Kommentarstrategie	296
Storytelling	300
Deine Einstellungen und Routinen	304
Deine Grundeinstellungen	304
Deine wichtigsten Kennzahlen	306
Externe Tools	309
Die LinkedIn-Standardsuche	310
Deine Routinen	311
Dein Einsatz von KI	314
BONUSKAPITEL: DIE 9 WICHTIGSTEN RISIKEN UND NEBENWIRKUNGEN VON SICHTBARKEIT – UND WIE DU DAMIT UMGEHST	319
1. Sachliche Kritik	322
2. Persönliche Angriffe	323
3. Hass und Hetze	324
4. Shitstorm	325
5. Politische Statements	327
6. Kontroverse Debatten	328
7. Rage-Baiting	331
8. Desinformation	333
9. Unerwünschte Sales-Pitches	335
Ganz zum Schluss: Danke für die Gespräche	337
Externe Links	338
Quellenverzeichnis	339