ANDREA GRUNDMANN

Wer weiß eigentlich, dass wir gut sind?

Digitale Sichtbarkeit 2027

Was weiß das Internet über dich?

Wer googelt sich regelmäßig selbst?

Und was weiß die KI über dich?

Frag den Chatbot deines Sitznachbarn.

Die Suche verlagert sich.

23 % der User in Deutschland nutzen KI-Plattformen bereits als primäres Recherche-Tool

39 % nutzen KI-Assistenten zumindest gelegentlich als primäre Informationsquelle

31 % der informationalen Google-Suchanfragen in Deutschland zeigen bereits eine AI Overview

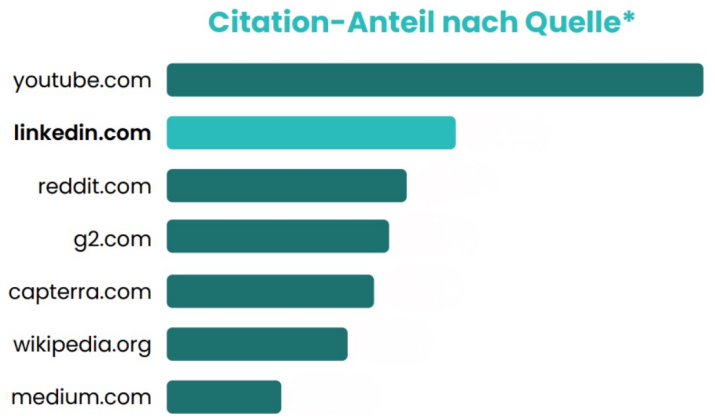
-58 % Klickrate auf organische Ergebnisse, wenn eine AI Overview erscheint

Quellen:
Adobe Digital Trends 2026 / Oxford Economics
Ahrefs, AI Overviews in Deutschland, 2026

Ki-Bots „lieben“ LinkedIn

#2 LinkedIn war die **zweitmeistzitierte Domain** im untersuchten Datensatz.

14 % der untersuchten **ChatGPT-Search-Antworten** enthielten eine LinkedIn-Quelle.



Quellen:
Semrush, LinkedIn AI Visibility Study, 2026
Meltwater × LinkedIn, 2026

Was wird von KI zitiert?

75 % **der LinkedIn-Citations führten zu Inhalten von Personen.**

25 % **führten zu Unternehmensseiten.**

Interessant: Mehr als die Hälfte der zitierten Personen hatte weniger als 10.000 Follower.

Bei den zitierten LinkedIn-Inhalten zeigen sich klare Muster:

- Originalbeiträge statt Reshares
- konkrete fachliche Informationen
- klare Struktur und eindeutige Aussagen
- Beispiele, Namen, Zahlen und Daten
- kontinuierliche Veröffentlichung zu einem Themengebiet

Quellen:
Semrush, LinkedIn AI Visibility Study, 2026
Meltwater × LinkedIn, 2026

Expertise braucht Absender

Kommunikation personalisiert sich

Menschen, insbesondere Führungskräfte und Experten, werden selbst zu öffentlichen Absendern.

Expertise schafft Vertrauen

73 % der B2B-Entscheider vertrauen Thought Leadership bei der Beurteilung von Kompetenz stärker als klassischen Marketingmaterialien.

LinkedIn ermöglicht Führungskräften, diese Expertise über persönliche Profile in ihre Netzwerke zu tragen.

Quellen:
Edelman / LinkedIn B2B Thought Leadership Impact Study 2024

Was heißt das für unsere LinkedIn-Kommunikation?

Damit eine Person von KI-Systemen fachlich eingeordnet werden kann, braucht es über ihre öffentlich zugänglichen Inhalte wiederkehrende und eindeutige Signale:

Wer bin ich? Rolle, Funktion, beruflicher Kontext
Wofür stehe ich fachlich? Themen, Werte, Haltung
Was weiß ich darüber? Eigene Erfahrungen, Beispiele, Daten, Quellen, Fachwissen
Was ist meine Position dazu? Einschätzungen, Standpunkte, Widerspruch

Aber: Menschen UND Bots müssen verstehen können, wer da spricht.

PERSON → THEMEN → EXPERTISE → HALTUNG → POSITION

LinkedIn wird zur Bühne für Glaubwürdigkeit und Orientierung

Stakeholder erwarten heute klare Signale von Führungspersönlichkeiten:

Wofür stehen sie? Was ist ihnen wichtig?

Führungspersönlichkeiten können über LinkedIn aktiv Vertrauen aufbauen, indem Sie Einblicke geben, Orientierung schaffen und Ihre Perspektive in den Diskurs einbringen.

KI erhöht die Notwendigkeit persönlicher Präsenz.
Die Studie warnt ausdrücklich: Inhalte, die zu generisch wirken oder bei denen unklar ist, ob sie von der Person selbst oder von einer KI stammen, zerstören Vertrauen.

LinkedIndex 2025, Studie von Palmer Hargreaves, untersuchte 57 HDAX-CEOs, wertete 2.500 Beiträge nach Reichweite, Engagement und Diskurs aus.

Der Mittelstand verschenkt Potentiale

**Nur 25 % der Mittelständler nutzen LinkedIn aktiv,
die Hälfte hat gar keinen Account.**

Nur 11 % der Mittelstands-CEOs sind auf LinkedIn aktiv.

In A Nutshell in Kooperation mit der **LMU München** und dem Unternehmerportal **„Die Deutsche Wirtschaft“**
https://www.nutshell.de/mittelstandsstudie

LinkedIn ist kein Kanal für Werbung – es ist ein People Business.

LinkedIn ist ein People Network

ANDREA GRUNDMANN

1A Aussagekräftiges Personal Profil

Ein starkes Profil ist die **Grundlage** und der **Ausgangspunkt** für alle Aktivitäten.

1B Corporate Company Page

Die Company Page hat allein keine Sichtbarkeit.

2 Strategisches Netzwerk

Dein persönliches Netzwerk ist **dein Spielfeld**, auf dem alles stattfindet.

LinkedIn

Strategie + Kontinuität

3 Community Management

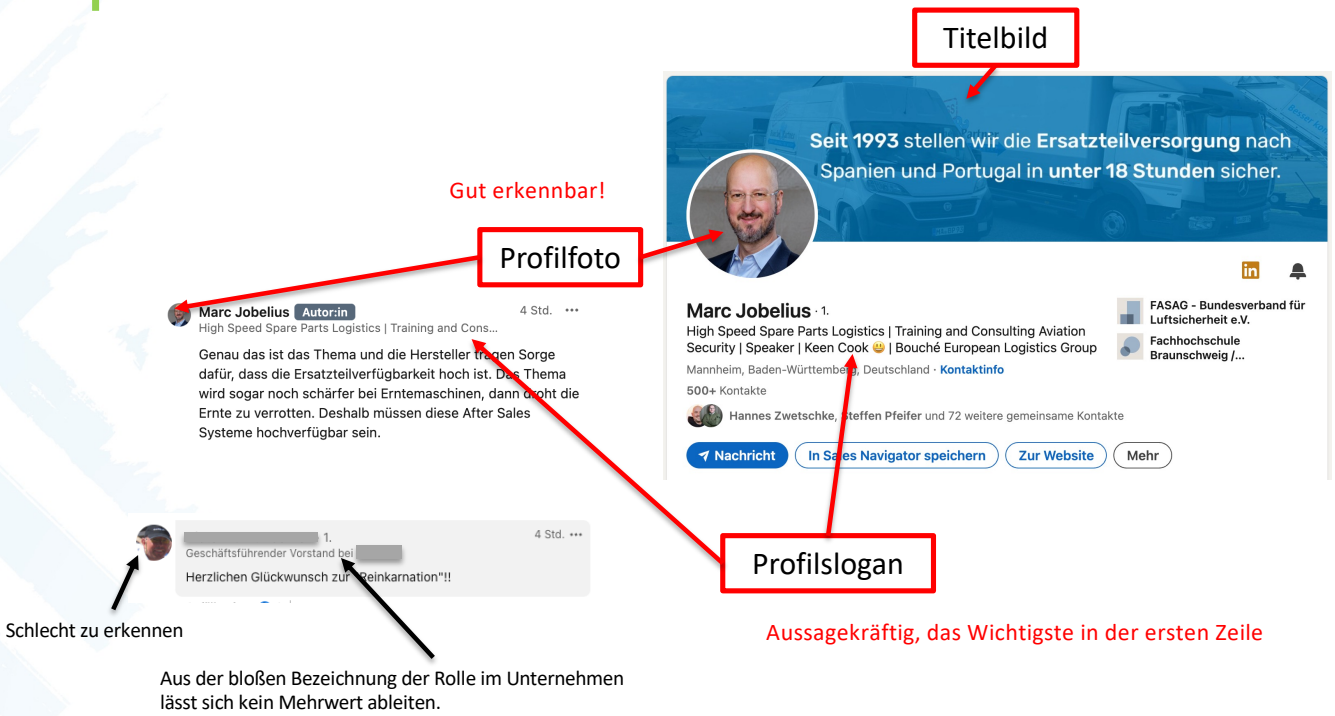
Persönlicher Austausch und Nachrichten sorgen für **nachhaltige Beziehungen.**

4 Relevanter Content

Um für deine Zielpersonen relevant und interessant zu sein, brauchst du eine **kluge Content-Strategie**

Starte mit deinem aussagekräftigen Profil

Expertise x Persönlichkeit



Beachte die mobile Ansicht:

Wir hinterlassen IMMER einen Eindruck.

LinkedIn Besonderheiten

20% der Mitglieder sind täglich aktiv
75% sind stille Leser
nur 4% veröffentlichen eigenen Content

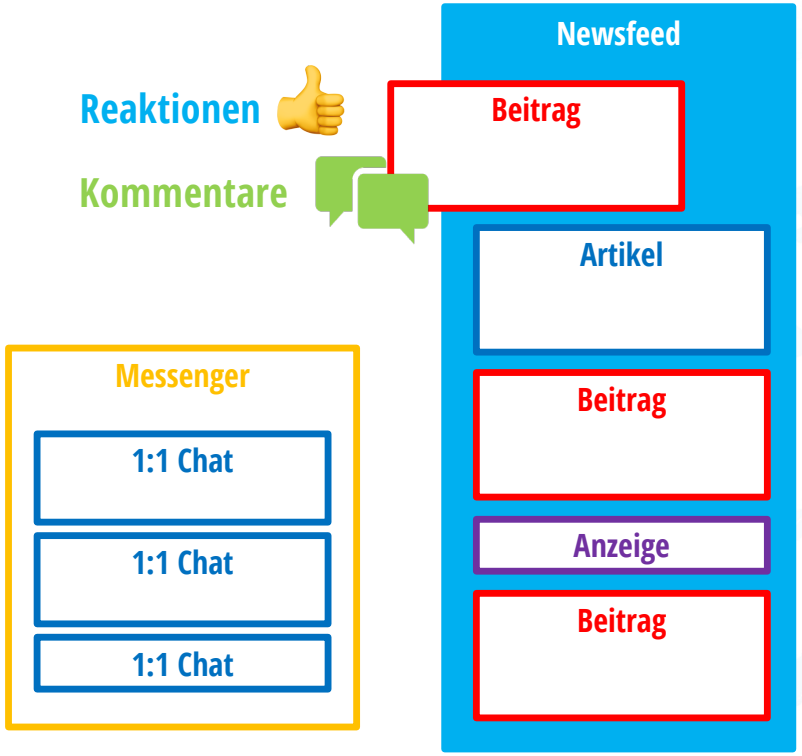
👉 Company Pages erhalten wenig Reichweite
👉 Sharing is Scaring

LinkedIn wird immer aktiver, vielfältiger und persönlicher.

Der LinkedIn Feed ist ein Filter

LinkedIn lernt laufend:

Mit wem bist du verbunden?
Mit wem interagierst du?
Welche Themen interessieren dich?
Womit beschäftigst du dich länger?



Was du tust, beeinflusst, was du siehst – und bei wem du sichtbar wirst.

Webseite: von SEO zu GEO

- technisch zugänglich & crawlbar
- **klare Positionierung und eindeutige Themen**
- konkrete Fragen konkret beantworten
- Expertise mit Erfahrungen, Cases, Daten & Quellen belegen
- Personen, Unternehmen und Themen eindeutig verknüpfen
- Reputation auch außerhalb der eigenen Website aufbauen

LinkedIn wird immer aktiver, vielfältiger und persönlicher.

LinkedIn und Website haben unterschiedliche Jobs.

WEBSITE

- eigener Raum
- Angebot erklären
- Expertise vertiefen
- Referenzen / Cases
- dauerhaft auffindbar
- Anfragen ermöglichen

LINKEDIN

- Menschen erreichen
- Expertise zeigen
- Netzwerk aufbauen
- Gespräche führen
- Themen verbreiten
- Aufmerksamkeit erzeugen

Am stärksten werden beide, wenn sie zusammenspielen.

Check: Wie gut ist Eure digitale Sichtbarkeit aufgestellt?

- ☐ Ist klar, wofür Ihr gefunden werden wollt?
- ☐ Versteht die KI das auf Eurer Website sofort?
- ☐ Sind Geschäftsführung und relevante Expert:innen sichtbar?
- ☐ Nutzt Ihr LinkedIn als Netzwerk – oder nur als Sendekanal?
- ☐ Habt Ihr Themen, Zuständigkeiten und Routinen geklärt?
- ☐ Sind Eure Inhalte für klassische und KI-Suche auffindbar?

INQA Förderprogramm: 80% Zuschuss

80% Förderung für digitale Sichtbarkeit
LinkedIn Strategie, Positionierung,
Arbeitgeberkommunikation

Mit dem INQA-Programm lassen sich Projekte zur digitalen Transformation, Arbeitsorganisation und Beteiligung im Unternehmen mit 80% Zuschuss fördern.

👉 **mehr Informationen**

Andrea Grundmann

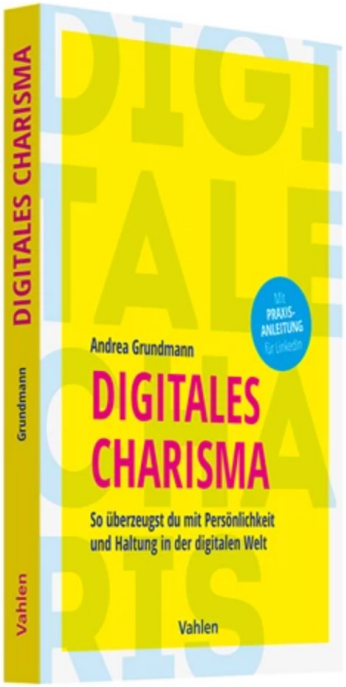
- ausgebildete Designerin
- 30 Jahre digitale Kommunikation & Online-Marketing
- über 100 digitale B2B-Projekte
- Strategin & Sparringspartnerin
- Trainerin für Informationskompetenz

- **Mich stört, wenn Menschen mit Substanz den Lauten das Feld überlassen.**

👉 mehr auf: www.andreagrundmann.de

Positionierung | Personal Branding | LinkedIn & digitale Kommunikation

Im November 2025 erschienen:



Andrea Grundmann

Digitales Charisma

So überzeugst du mit Persönlichkeit und Haltung in der digitalen Welt

ISBN 978-3-8006-7574-6

„Digitales Charisma“ zeigt Unternehmer:innen und Führungskräften, wie sie authentisch und wirkungsvoll online auftreten, um die richtigen Menschen zu erreichen und zu überzeugen. Ohne künstliche Inszenierung oder aufdringliche Ego-Show, dafür mit klarer Ausstrahlung und sympathischer Präsenz.

Umgeben von immer mehr KI rückt der Mensch und sein Vermögen wieder in den Mittelpunkt.

Wie im echten Leben entsteht auch im Digitalen innerhalb von wenigen Sekunden ein erster und oft bleibender Eindruck. Mit Konsistenz und Strategie lässt sich die eigene Persönlichkeit gekonnt ins Digitale übertragen. Wer sich zukunftssicher aufstellen will, findet in diesem Buch das notwendige Handwerkszeug.

👉 **zur Bestellung**

ANDREA GRUNDMANN

Wir sehen uns auf LinkedIn.