



Céline Flores Willers erkennt vor vielen anderen, dass die Karriere-Plattform LinkedIn immer wichtiger werden wird. *Konsequent entwickelt sie daraus ihr Beratungsbusiness „The People Branding Company“ und wird zu einer der erfolgreichsten LinkedIn-Influencerinnen Deutschlands mit mehr als 180.000 Followern.*

Hallo Miss LinkedIn!



Text Sissy Hertneck
Fotografie „The People Branding Company“

Was wäre gewesen, wenn? Diese Frage ist Céline Flores Willers fremd. Was sie auszeichnet, ist, dass sie sich proaktiv für Visionen und Projekte einsetzt und diese auch konsequent umsetzt. Im Jahr 2020 halten die meisten Menschen Instagram für die wichtigste Social-Media-Plattform. Céline Flores Willers nicht: Sie ist vielmehr dabei, ein Unternehmen aufzubauen, das Unternehmer und Marken dabei unterstützt, auf LinkedIn sichtbar zu werden. Heute ist ihr Beratungsunternehmen „The People Branding Company“ vier Jahre alt und beschäftigt 25 Mitarbeitende. Sie selbst ist mehrfach von LinkedIn ausgezeichnete „Top Voice“, eine Auszeich-

nung, die zu mehr Sichtbarkeit verhilft und die Glaubwürdigkeit stärkt. Zudem darf sich „The People Branding Company“ „Focus-Wachstumschampion 2024“ nennen.

Der erste große Kunde

Die Idee zur „The People Branding Company“ wuchs in Willers' WG-Zimmer und in den Arbeitsräumen eines DAX-Konzerns. Im Jahr 2018 war Willers kurz davor, ihr Masterstudium der Kommunikationswissenschaften zu beenden, und verdiente sich bei EY (damals Ernst & Young) als Werkstudentin etwas dazu. Im Innovationsteam beschäftigte sich Willers mit aktuellen Trends, Tech-

[links] Sichtbarkeit und Corporate Storytelling in der digitalen Welt sind die Herzenthemen von Céline Flores Willers.

...

nologien und digitalen Plattformen. Weil die Inhalte und Erfahrungen in dem Team sie derart faszinierten, entschied sich die damals 23-Jährige, entsprechenden Content zu Themen aus Tech und Entrepreneurship auf LinkedIn zu veröffentlichen. „Am Anfang habe ich einige spöttische Kommentare geerntet: ‚Was macht die denn da auf LinkedIn?‘ Aber als mich der damalige CEO von EY nach meiner Hilfe für sein eigenes Profil fragte, wurde die Kritik leiser“, so Willers. Dieser CEO, Hubert Barth, war die erste Person, für die sie ein LinkedIn-Mandat übernommen hat.

Wer bist Du auf LinkedIn?

Nach und nach schlossen sich immer mehr Menschen Céline Flores Willers' Community auf LinkedIn an, und die Nachfrage nach ihrem strategischen Know-how wuchs. Auch wenn es am Anfang nicht einfach gewesen sei, sich von den skeptischen Kommentaren nicht verunsichern zu lassen, ist Willers ihrer Einschätzung über die Plattform LinkedIn immer treu geblieben. Heute ist LinkedIn die wichtigste Business-Plattform im deutschsprachigen Raum: Marken und Persönlichkeiten haben erkannt, dass ein geschärftes Profil hier Vorteile bringt. Aber vor allem die Talent-Suche und das Job-Recruiting haben sich durch LinkedIn komplett verändert. „Der Talentmarkt wurde auf den Kopf gestellt“, sagt Willers. Früher konnten die Unternehmen darauf warten, dass Talente bei ihnen anklopften. Heute sei das anders: Mitarbeitende kennen ihren Wert. Sie wollen ihre eigene berufliche Position verändern und verbessern. Deshalb müssen

sich auch die Unternehmen stärker darum bemühen, qualifizierte Beschäftigte zu halten oder überhaupt erst zu bekommen. LinkedIn spiele dabei eine entscheidende Rolle. „33 Prozent der Menschen suchen ihren neuen Job über LinkedIn. Ich glaube an die Kraft der Plattform, unsere bisherige Berufswelt infrage zu stellen und aufzubrechen“, sagt Willers.

Personal Branding als Geschäftsmodell

„The People Branding Company“ hilft deshalb Unternehmen und C-Levels dabei, ihren LinkedIn-Auftritt in Angriff zu nehmen. In Corporate-Influencer-Trainings lernen die angehenden Markenbotschafter, wie sie LinkedIn als Tool zur Leadgenerierung, Mitarbeiterakquise oder Markenbekanntheitssteigerung nutzen können. Zu den mehr als 50 Großkunden zählen renommierte Unternehmen wie SAP, Hugo Boss oder Henkel. „Wir bieten für unsere Kunden eine Full-Service-Beratung. Der erste Schritt ist immer, die Bedeutung von LinkedIn anzuerkennen“,

...

[unten] Mehr als 400 Keynote-Auftritte hat Céline Flores Willers in den letzten fünf Jahren absolviert.



Céline Flores Willers

erfolgreichste LinkedIn-Influencerin Deutschlands

„LinkedIn spielt eine entscheidende Rolle bei der Suche nach Fachkräften. Die meisten Unternehmer haben das verstanden.“



[oben] Beim Creator Festival 2024 sprach die Unternehmerin vor 16.000 Menschen.



(oben) Auch das gehört zum Teamwork: Winter-Workation von „The People Branding Company“ im Januar 2024 am Wilden Kaiser.



Céline Flores Willers
LinkedIn-Expertin und Gründerin

„Gute Teamarbeit kann nur auf Augenhöhe funktionieren. Meine Mitarbeiter wissen, dass ich ihnen vertraue.“

...

sagt Willers. Zusätzlich zur Schulung von Mitarbeitenden bietet das Unternehmen auch die Übernahme von CEO-Accounts an – von der Entwicklung einer Positionierungsstrategie bis hin zur regelmäßigen Erstellung und Veröffentlichung von LinkedIn-Beiträgen. Die Kunden des Unternehmens reichen von Vorständen und Gründer-Persönlichkeiten bis hin zu den HR- und Marketingabteilungen von DAX-Konzernen.

Zusammenarbeit mit Pionieren

Mit der eigenen Geschäftsidee und dem eigenen Unternehmen sammelte Willers auch Erfahrung als Führungskraft. Eines ihrer Credos: Gute Zusammenarbeit im Team funktioniert nur auf Augenhöhe. Von Top-down-Führung hält sie nichts. So nennt sie ihren Anspruch, ihren Mitarbeitenden die notwendige Verantwortung zu geben, sich intensiv einzubringen. „Wenn jemand eine bessere Idee hat als ich, dann nehme ich diese Idee dankend an“, sagt Willers. Gleichwohl hat sie hohe Ansprüche an ihr Team und kommuniziert diese auch. „Natürlich fallen in einer High-Scale-Beratung auch mal Überstunden an. Ich finde es in Ordnung, das nicht zu verheimlichen, denn in Deutschland geht der Leistungsgedanke immer weiter verloren. Der Wettbewerbsgedanke wird nicht mehr gepusht. In meiner Firma ist das anders“, so Willers. Im Gegenzug hat sie den Anspruch, auch etwas zurückzugeben, mehr Freiheit für die Mitarbeitenden zum Beispiel. Mit der Einführung der „Fresh Fridays“ beschreitet Willers als Führungskraft neue Wege: Jeden ersten Freitag im Monat haben die Mitarbeitenden



Für angehende Gründer Tipps von Céline Flores Willers

01

Auf die eigenen Ideen vertrauen



02

Alle Teammitglieder auf Augenhöhe behandeln



03

Auch mal die Zähne zusammenbeißen und Überstunden machen



04

Sich nicht um jeden Preis an anderen Unternehmen orientieren

frei. Das bedeutet zwölf zusätzliche, bezahlte Urlaubstage für jeden im Team. „Unser Team besteht ausschließlich aus Pionieren. Wir alle gehen neue Wege, damit unsere Arbeit besser wird“, erklärt Willers.

Stabilität und neue Ziele

Die Mitarbeitenden sieht Willers als Kernstück von „The People Branding Company“. Ohne sie könnte die Beratungsleistung nicht angeboten werden und auf dem gewünschten hohen Niveau erfolgen. Das war für Willers lange Zeit die Herausforderung ihres Businessmodells. „Eigentlich wollte ich ein skalierbares Business aufbauen, das auch ohne Mitarbeitende funktioniert“, sagt sie. Heute hat sie erkannt, dass ihr profitabel gebootstrappedes, also auf eigenem Kapital beruhendes Unternehmen vor allem eines ist: stabiler als andere Unternehmen. Während Software-as-a-Service-Unternehmen, also Firmen, die über ein mitarbeiterunabhängiges Software-Produkt Einnahmen generieren, durch Rezessionen oft in Schwierigkeiten geraten und keine weitere Finanzierungsrunde überstehen, kann Willers' Unternehmen einfach weitermachen. Und auch auf neue Ziele setzen: Mit „Storytide“ hat das Unternehmen jetzt zusätzlich zur Beratungsleistung eine eigene Software entwickelt. Sie bietet eine Lösung für Corporate-Influencer-Programme – für Mitarbeiter und Organisatoren inklusive Content-AI, individueller Strategie und vieles mehr. Auch bei diesem Projekt hat es sich Willers nicht nehmen lassen, einfach anzufangen, denn eine Frage hat sie sich niemals stellen müssen: Was wäre gewesen, wenn?