# Medieninformation

**Für eine Welt, in der Inhalte zählen – ClassNinjas setzt TikTok-Kampagne für Thalia um**

**Die äußerst erfolgreiche Thalia TikTok-Kampagne von ClassNinjas wirft einen Blick in den Alltag der Lehrlinge, die ihre Ausbildung beim Buchhändler machen. Die Kampagne umfasste drei Videos, eines davon ging viral. Gezeigt wird unter anderem der Lehrling Alex, der im Video einen ganz normalen Arbeitstag bei Thalia hinter sich hat, als plötzlich eine unerwartete Click&Collect-Bestellung eintrifft. Ein Mathebuch. Betroffen denkt sich der Thalia-Lehrling „Ich fühle mit dir“, schließlich erinnert er sich nur zu gut an den Matheunterricht während seiner eigenen Schulzeit. Wie gewohnt bringt er das Buch in die Abholstation, allerdings nicht ohne vorher noch eine kleine Notiz dazuzulegen. Mitfühlend schreibt er „Du schaffst das“, schließlich ist ein Mathereferat keine einfache Sache. Oder etwa doch?**

Wien, 4. Juli 2022. Schon seit der Gründung des Unternehmens ClassNinjas setzt sich das Team des jungen Startups für ein besseres Matheverständnis bei Kindern und Jugendlichen ein und zeigt, wie das Schulfach, trotz unbeliebtem Ruf, Spaß machen kann. Was als Lern-App begann, entwickelte sich mehr und mehr zu einer führenden TikTok-Agentur. Und hier kommen die ClassNinjas richtig gut an. Mit ganzen [449,9K](https://www.tiktok.com/%40classninjas) Followern ist das Unternehmen im deutschen Raum ganz weit vorne mit dabei und spricht besonders die jüngere Generation gekonnt an. Dass sich der Content bezahlt macht, beweisen die hohen Klickzahlen, gutes Engagement und erfolgreiche Kampagnen für renommierte Unternehmen, wie eben auch jene für den Sortimentsbuchhändler Thalia.

Als größter Sortimentsbuchhändler im deutschsprachigen Raum setzt sich Thalia für eine Welt ein, in der Inhalte zählen und in der das Lesen wieder an Bedeutung gewinnt – und genau das vermitteln auch die TikTok-Videos. Aber vor allem zeigt die TikTok-Kampagne der ClassNinjas, dass Thalia ein spannendes Unternehmen und vor allem ein attraktiver Arbeitgeber mit interessanten Lehrstellen ist. Auf witzige Art und Weise übernimmt die Agentur das Employer Branding und zeigt, wie vielfältig ein Job bei Thalia ist. Durch die große Reichweite in den sozialen Medien erreichen die Videos genau die richtige Zielgruppe, welcher der Lehrberuf schmackhaft gemacht werden soll. Und Kommentare wie „Den ganzen Tag in Büchern schmökern...so stelle ich mir das bei Thalia vor“ beweisen, dass es ankommt.

Jedes der Videos wurde in einer Thalia Buchhandlung gedreht und im Mittelpunkt stehen neben ClassNinjas-Star Süreyya auch Dani und Alex, zwei Lehrlinge, die eine Ausbildung zur Buch- und MedienwirtschafterIn bei Thalia machen. In unterschiedlichen Challenges stellen sich die beiden den Fragen von ClassNinjas und lösen vor den Augen der TikTok Community spannende Aufgaben. Dabei zählen sie [Harry Potter Charaktere](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7076437402658622726) auf, versuchen sich an schwierigen [Autorennamen](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7057852274025958661) und erklären ganz nebenbei, wie die Click&Collect-Bestellung[[1]](#footnote-1) funktioniert. Die drei Videos, die in der Zusammenarbeit mit Thalia entstanden sind, wurden zwischen Jänner und März abgedreht und haben gemeinsam rund 734K Views und mehr als 67K Likes, wobei besonders das letzte TikTok der Kampagne Wellen geschlagen hat. Mit fast 500K Aufrufen ist der Sketch viral gegangen und zeigt, dass das Interesse der Kinder und Jugendlichen zum Thema durchwegs groß ist.

Dass das kein Zufall ist, sieht man am Account der ClassNinjas. Laufend werden neue Videos gepostet und die Community mit lustigen Beispielen, Quizzes und Fakten versorgt, in denen meist Mathematik als Überthema im Vordergrund steht. Und die Motivation für das Schulfach, die in den Videos zu sehen ist, ist ansteckend! Die ClassNinjas zeigen, dass Mathe unseren Alltag bestimmt und nichts für Langweiler ist, denn fast eine halbe Million Follower und Followerinnen sehen das genauso. Mit den Schätzfragen-Challenges, Mathefacts über Filme und Serien oder Antworten auf die verschiedensten Fragen wird es mit den ClassNinjas nie langweilig. Wer also wissen will, wie schnell Haare wachsen, wie lange es dauert, den Äquator zu Fuß zu überqueren oder wie viel Wasser im Baikalsee Platz hat, wird bei den ClassNinjas die Lösung darauf finden.

„Mit ClassNinjas haben wir einen Partner gefunden, mit dem wir uns sofort identifizieren konnten und der unsere Werte teilt. Unser Ziel war es, den Bekanntheitsgrad der Lehre als Buch- & Medienwirtschafter:in über Tiktok zu steigern, sowie eine aktive Diskussion über Thalia und die Buch Liebe anzuregen. ClassNinjas hat unsere Marke sofort verstanden und unsere Kampagnenziele wurden weit übertroffen!“, so Sophie Schwingenschlögl, Teamleitung Sales eCommerce & Digitales bei Thalia.

**TikTok-Kampagnen von ClassNinjas**

Das Wissen, welcher Content bei den Kids und Teenagern ankommt macht aus den ClassNinjas den idealen Partner für Online-Kampagnen, um die Gen Z zu erreichen. Wichtig ist dabei vor allem, dass die Kooperationspartner gut zu ClassNinjas passen und für die jüngere Zielgruppe relevant sind. „Wir gestalten für Unternehmen, die zu uns passen, entsprechende TikTok-Kampagnen. Neben Nintendo, Gravitrax von Ravensburger haben wir auch für Conrad oder FamilyPark bereits erfolgreiche Kooperationen umgesetzt. Auch für PORR haben wir in unseren Videos Lehrlinge interviewt. So konnten wir den Bekanntheitsgrad der PORR Lehre erheblich steigern und die Vorteile dieser vermitteln. Das haben wir nun auch für Thalia umgesetzt. Wir freuen uns sehr, dass diese Kampagne so gut angekommen ist und vor allem das erste Video binnen kürzester Zeit viral ging“, so Karim Saad, Gründer und CEO von ClassNinjas. Dass das junge Team Spaß an den Videos und Themen hat, sieht man sofort und unter jedem TikTok wird aktiv mit der Community kommuniziert, um einen guten Draht zu den Followerinnen und Followern aufzubauen. Mit Erfolg, denn auch die vergangenen Kooperationen konnten mit hohen Klickzahlen beweisen, wie wichtig die sozialen Netzwerke und eine passende Kommunikation sind.

Und noch mehr von ClassNinjas:

[https://www.tiktok.com/@classninjas](https://www.tiktok.com/%40classninjas)

Die Videos der Kampagne:

Autorennamen: [https://www.tiktok.com/@classninjas/video/7057852274025958661](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7057852274025958661)

Harry Potter: [https://www.tiktok.com/@classninjas/video/7076437402658622726](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7076437402658622726)

Click&Collect-Bestellung: [https://www.tiktok.com/@classninjas/video/7077914923568729349](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7077914923568729349)

Foto: ClassNinjas für Thalia

Fotocredits: © ClassNinjas

**Über ClassNinjas**

99% Unterhaltung, 2% Mathe: Mehr als eine halbe Million Schüler\*innen haben monatlich Spaß mit unserem TikTok-Kanal, lernen mit der kostenlosen ClassNinjas Mathe-App und sehen sich unsere Lernvideos auf YouTube an. Ende 2018 folgte die Gründung der Class Ninjas GmbH, die heute renommierten Unternehmen als führende TikTok-Agentur zur Seite steht, wenn es darum geht, die Generation Z perfekt zu erreichen. Mehr unter [www.classninjas.com](http://www.classninjas.com)

**Über Thalia**

„Welt, bleib wach“, das Credo von Thalia soll Menschen ermutigen, ihr Verhalten bei der Gestaltung von Freizeit, Kommunikation, sozialem Leben und des Lernens zu hinterfragen. Damit übernimmt Thalia gesellschaftliche Verantwortung und bringt das Lesen zurück in die Lebenswelt der Menschen. Autonomie ist bei Thalia großgeschrieben – so kann der Kunde sowohl bei der Art zu Lesen als auch beim Kaufprozess aus verschiedenen Alternativen wählen. „Lesen wie du willst“ umfasst neben dem klassischen physischen Buch auch eBooks und digitale Hörbücher. Gekauft werden kann stationär in 37 Buchhandlungen österreichweit oder 24/7 im Onlineshop auf thalia.at. Zahlreiche weitere Services wie Filialabholung (Click & Collect), Heimversand, Abholstationen und Scan & Go ermöglichen ein zeitgemäßes und unkompliziertes Einkaufserlebnis. Als leidenschaftlicher Geschichtenentdecker verbindet der Buchhändler Qualität, Persönlichkeit, Inspiration und Service. Persönliche Beratung, ein vielfältiges Sortiment und digitale Services eröffnen Kunden eine einzigartige Erlebniswelt. Neben Büchern und eBooks führt Thalia ein großes Non-Book Sortiment, das jedes Leseabenteuer hervorragend ergänzt.

24/7 Online-Buchhandlung: www.thalia.at

Filialfinder: www.thalia.at/filialen

Facebook: www.facebook.com/thalia.at

Instagram: www.instagram.com/thalia\_buchhandlungen\_at/

Instagram Karriere Kanal: www.instagram.com/thalia\_karriere\_at

**Rückfragehinweis:**Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR
Praterstraße 1 / WeXelerate Space 12, 1020 Wien
Mobil: +43 699 120 895 59
alexandra.vasak@reiterpr.com

1. Zu sehen gibt es das Video, das viral ging, hier: [https://www.tiktok.com/@classninjas/video/7077914923568729349](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7077914923568729349) [↑](#footnote-ref-1)