# Medieninformation

## **Das ist ein Hammer: TikTok-Kampagne von ClassNinjas für die PORR**

**Mit witzigen Videos ganz nebenbei Mathe-Facts lernen – das machen bereits über 457.300 begeisterte Follower:innen von ClassNinjas auf TikTok. Doch das Wiener Startup ClassNinjas erleichtert nicht nur etlichen Schüler:innen den Zugang zur Mathematik, sondern setzt auch für Unternehmen – wie die PORR – TikTok-Kampagnen um, um wie in diesem Fall, jungen Menschen spannende Zukunftsperspektiven im Bauunternehmen aufzuzeigen. Und das sehr erfolgreich, denn das erste Video „Das ist ein Hammer“ hatte bereits innerhalb eines Tages 65.800 Views.**

Wien, 2.11.2021. Mathe ist einfach: Unter diesem Motto bietet ClassNinjas Lernvideos, Quizze und Übungen für Schüler:innen an und zeigt sogar den größten Mathemuffeln, dass dieses Schulfach auch Spaß machen kann. Zusätzlich zu dem Online-Lehrangebot feiert ClassNinjas seit Dezember 2019 einen großen Erfolg, als die Marke auf TikTok durchstartete. Mit Realitätsbezug zum Schüler:innenalltag und kurzen, prägnanten Videos lernen Follower:innen über TikTok Mathe ganz locker nebenbei.

Aktuell zählt ClassNinjas zu einer der stärksten österreichischen Marken auf TikTok und kann stolze [457.300](https://www.tiktok.com/%40classninjas) Follower:innen und 8,9 Millionen Likes vorweisen. Mit diesen Zahlen ist ClassNinjas im deutschsprachigen Raum auf der Videoplattform ganz vorne mit dabei und begeistert immer mehr junge Menschen. Ideal für Unternehmen, die junge Menschen ansprechen wollen.

**PORR & ClassNinjas**

In der aktuellen Kampagne für das international tätige Bauunternehmen PORR setzt ClassNinjas nun auf TikTok darauf, jungen Menschen eine Lehre und Karriere bei der PORR schmackhaft zu machen. Die vielseitigen Lehrangebote werden im Rahmen der Kampagne anhand lustig-informativer Videos vermittelt. Hier setzt man auf den Unterhaltungsfaktor und auf Challenges, die gemeinsam mit Lehrlingen durchgeführt werden sowie auf Interviews.

Die Kampagne, die von Oktober 2021 bis Ende des Jahres laufen wird, soll die Vorteile einer Lehre bei der PORR in der richtigen Zielgruppe bekannt machen und realitätsnah beschreiben. In insgesamt fünf Videos wird mittels verschiedenen Challenges und Interviews auf die vielen Möglichkeiten, die ein Lehrberuf bietet, aufmerksam gemacht.  Denn bei der PORR ist das Angebot an Lehrberufen besonders groß. Insgesamt kann man hier zwischen 23 Lehrberufen wählen. Ob als Industriekaufmann:frau oder bautechnische:r Zeichner:in, als Hochbauer:in oder Betonbauer:in, als Laborant:in oder Elektrotechniker:in – die PORR bietet viele spannende Einstiegsmöglichkeiten.

**Das ist ein Hammer!**

Gleich mit dem [ersten Video](https://www.tiktok.com/%40classninjas/video/7021465898737323270?is_from_webapp=v1) wagt sich Süreyya Koca, Social Media Marketing-Managerin von ClassNinjas und TikTok Content Creator, in kompletter Schutzausrüstung ins PORR-Firmengelände. Bei einer Interview-Challenge lernt sie den Unterschied zwischen Vorschlaghammer, Maurerhammer und Handfäustel kennen und erfährt von einem Lehrling aus erster Hand, was eine Lehre bei der PORR zu bieten hat. Und so viel sei hier schon verraten – die Hammer-Challenge hat der Lehrling gewonnen. Das erste Video der Kampagne hatte bereits nach einem Tag 65.800 Views, 2.031 Likes und 44 Kommentare. Heute (Stand: 2.11.2021) wurde dieses Video bereits 170.000-Mal angeklickt und konnte 5.725 Likes sowie 85 Kommentare für sich verbuchen.

Wie sieht eigentlich eine Doppellehre aus? Als Mädchen eine Lehre machen? – Sowieso! Zu all diesen Themen werden jungen Menschen auf lustige Art und Weise und im typischen TikTok-Format interviewt. Jedes TikTok-Video der PORR-Kampagne behandelt ein eigenes Thema, aber es hat immer mit Lehre zu tun und den Zuschauer:innen wird auf  lustige Art gezeigt, wie Klischees durchbrochen werden und welche Möglichkeiten jungen Menschen bei der PORR offen stehen.

„Unsere Zielgruppen sind sehr unterschiedlich und dementsprechend auch das Verhalten, wenn es um die Beschaffung von Informationen geht. Daher wollen wir diese über diverse Touchpoints ansprechen – sowohl online, als auch offline. Neu in unserem Kommunikationsmix ist dabei die Plattform TikTok. Um die Vielfalt an Möglichkeiten unseres Lehrangebots der jüngeren Zielgruppe näher zu bringen, nutzen wir die mediale Reichweite von Kooperationspartnern auf TikTok, wie aktuell die erfolgreiche Kooperation mit ClassNinjas zeigt. Das User:innen-Verhalten auf der Video-Plattform zu verstehen und demensprechend den Content zielgruppengerecht aufzubereiten, bildet den Schwerpunkt unserer Kampagne“, sagt Daniel Ziegl, Employer Branding Expert bei der PORR.

**TikTok-Kampagnen von ClassNinjas**

Die PORR ist nicht das erste Unternehmen, das die TikTok-Reichweite von ClassNinjas zu nutzen weiß. Auch Spar, Nintendo und Ravensburger beispielsweise haben bereits erfolgreich mit dem Startup kooperiert. Wichtig ist dabei vor allem, dass die Kooperationspartner gut zu ClassNinjas passen und für die jüngere Zielgruppe relevant sind. „Seit einigen Monaten gehen wir auf TikTok einen Schritt weiter und 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. Bereits für Spar haben wir in unseren Videos Lehrlinge interviewt. So konnten wir den Bekanntheitsgrad der Spar Lehre erheblich steigern und die Vorteile dieser vermitteln. Das bieten wir nun auch für die PORR“, so Karim Saad, Gründer und CEO von ClassNinjas.

Weitere witzige Videos zum Thema Lehre folgen in den nächsten Wochen und werden zeigen, wie vielseitig die unterschiedlichen Lehrberufe bei der PORR sind.

Und noch mehr von ClassNinjas:

<https://www.classninjas.com>

https://www.tiktok.com/@classninjas

<https://www.youtube.com/channel/UCx3qF8R4PnpcVlg8_-DH6qw>
https://www.instagram.com/classninjas/

Foto: Die Hammer-Challenge: ClassNinjas für PORR

Fotocredits: © ClassNinjas

**Über ClassNinjas**

Ende 2017 wurde der bereits 2010 entwickelte Businessplan für die Matheplattform ClassNinjas wieder aufgenommen und sich an die Umsetzung gemacht. Ende 2018 folgte die Gründung einer eigenen GmbH. Seit März 2019 ist die Website online und seit Oktober 2019 gibt es die App für iOS und Android. Heute besteht ClassNinjas aus einem 15-köpfigen Team, darunter viele Lehrkräfte. Mehr unter [www.classninjas.com](http://www.classninjas.com)

**Über die PORR**

Innovationskraft für Spitzenleistungen – dafür steht die PORR seit inzwischen über 150 Jahren. Sie ist mit ca. 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und einer Produktionsleistung von rund EUR 5,2 Mrd. (Stand 31.12.2020) eines der größten österreichischen Bauunternehmen und gehört zu den Top-Playern in Europa. Als Full-Service-Provider bietet die PORR alle Leistungen im Hoch-, Tief- und Infrastrukturbau entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Baubereich. Der Fokus liegt auf den Heimmärkten Österreich, Deutschland, Schweiz, Polen, Tschechien, Slowakei und Rumänien. In ausgewählten internationalen Projektmärkten wie in Norwegen, den VAE und Katar konzentriert sich die PORR auf die Exportprodukte im Tunnel-, Bahn- und Tiefbau. Die PORR Aktie ist im prime market Segment der Wiener Börse gelistet. Weitere Informationen unter [porr-group.com](http://www.porr-group.com/).

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