# Medieninformation

**Alles andere als langweilig – Vom Alltag in einer TikTok-Agentur**

**Seit jeher machen die ClassNinjas das, was sie am besten können – auf möglichst lockerem und spielerischem Weg junge Menschen für Bildungsthemen zu interessieren. Dass sich die Art und Weise, wie das Unternehmen die Jungen anspricht, komplett ändern wird, war anfangs nicht vorauszusehen, die Mission ist und bleibt aber dieselbe. Während die gleichnamige Plattform und App für‘s Mathelernen zu Beginn im Fokus standen, ist mittlerweile TikTok der beste Weg, um die Zielgruppe zu erreichen. Dabei entwickelte sich das Startup nach und nach zur TikTok-Agentur, die neben den kurzweiligen Videos auch viele Kooperationen mit verschiedenen Unternehmen in Form spannender TikToks veröffentlicht. Wie man sich den Alltag als Content Creator oder Sales-Mitarbeiter:in vorstellen kann, wie die Agentur ihren Bildungsauftrag mit den Wünschen von Firmenkunden vereint und wie TikTok auch für Employer Branding essenziell sein kann, zeigen die ClassNinjas erfolgreich am eigenen Kanal, der inzwischen fast eine halbe Million Follower begeistert.**

Wien, 12. September 2022. Mit mehr als einer Milliarde monatlich aktiven Nutzern weltweit[[1]](#footnote-1) hat sich TikTok, besonders für die jüngeren Generationen, zu einem der beliebtesten Sozialen Netzwerke entwickelt. Auch in Österreich ist es inzwischen nicht mehr wegzudenken und vor allem bei den 11- bis 19-Jährigen ein Teil des Alltags, immerhin nutzen rund 70 Prozent der Kinder und Jugendlichen dieser Altersklasse TikTok.[[2]](#footnote-2) Und die Zahlen steigen lt. dem österreichischen Jugend Internet-Monitor von Jahr zu Jahr. Im Jahr 2017 lag TikTok in der jungen Zielgruppe nur bei 27 Prozent.[[3]](#footnote-3) Aber auch die Nutzungsdauer und Intensität sticht bei TikTok hervor. Mit rund 11,5 Stunden pro Woche liegt es unter den Sozialen Netzwerken klar an der Spitze, was die Nutzungsdauer betrifft.[[4]](#footnote-4) Dass auch Unternehmen von dem Potenzial von TikTok Gebrauch machen können, haben die ClassNinjas schon mit zahlreichen Kampagnen bewiesen, bei denen für Kunden wie Thalia, Peek&Cloppenburg, PORR oder dem Familypark reichweitenstarke Videos produziert und veröffentlicht wurden.

Dass die Arbeit im Team der ClassNinjas wirklich Spaß macht, erkennt man/frau beim Betrachten der einzelnen Videos sofort, denn jeder Mitarbeiter bringt eigene Kreativität, Freude und Wissen mit ein. Wie der Arbeitsalltag bei den ClassNinjas aussieht, ist immer wieder verschieden, schließlich ist das Filmen und Planen von TikTok-Videos alles andere als ein gewöhnlicher 40 Stunden-Job. Sicher ist jedenfalls, dass es nie langweilig wird! Für die Konzeption der Videos ist einiges an Einfallsreichtum gefragt und ein Gespür dafür, was bei den jungen Zuseher:innen ankommt. Das Team weiß genau, was die jungen Menschen gerne sehen, denn mit Challenges, Quizfragen und Faktenvideos werden inzwischen mehr als [448,5K](https://www.tiktok.com/%40classninjas) Follower:innen von den ClassNinjas unterhalten. Mal entsteht beim Cevape essen in der Mittagspause ein Beispiel fürs Prozentrechnen, ein anderes Mal wird während des Ausflugs in den Familypark bei einem Mathequiz abgefragt, ob die binomische Formel sitzt – so verbinden die ClassNinjas den tagtäglichen Firmenalltag mit Bildungsinhalten wie Mathematik und zeigen noch dazu, dass es oft gar nicht so kompliziert sein muss.

Mit dem Wachstum des eigenen TikTok-Kanals ist es nun Zeit, dass auch das Team größer wird. Gesucht werden Content Creator und Creative Copywriter, zwei spannende Jobs, bei denen Teamgeist, Leidenschaft, Erfahrung mit Social Media und ein Kopf voller Ideen gesucht werden. Auch im Sales Bereich ist Unterstützung gefragt und wer Lust hat, den Aufbau der Social Media Beratung mit Schwerpunkt auf TikTok aktiv mitzugestalten, liegt bei den ClassNinjas goldrichtig. Als Sales Verantwortliche:r sitzt man im Beratungszweig der Agentur und soll sich durch Eigenverantwortung auszeichnen, schließlich wird in dieser Position der Aufbau eines neues Geschäftsfeldes mit voller Eigenverantwortung möglich gemacht, wozu Agenturerfahrung vorausgesetzt wird.

Geboten wird dafür auch so einiges – wer bei den ClassNinjas startet, wird nicht bloß Teil eines kleinen aber umso motivierten Teams, sondern beeinflusst junge Menschen ganz maßgeblich im Bereich Bildung. Kreativ, abwechslungsreich und flexibel sind nur drei der vielen Vorteile der Aufgaben, die die Arbeit als Content Creator, Creative Copywriter oder Sales-Mitarbeiter:in bei den ClassNinjas ausmachen. Mit einem typischen 9 to 5 Job ist eine Position in dem jungen Unternehmen nur schwer vergleichbar, schließlich dreht sich bei den ClassNinjas in erster Linie alles um witzige Videos, coole Kooperationen und einen Bildungsauftrag, der erfüllt werden will.

Wichtig ist, nicht nur zu unterhalten, sondern auch sinnvolle Inhalte in den kurzen TikTok-Videos zu vermitteln. Der Account ist schon jetzt voll mit lustigen TikToks die zum Zusehen Spaß machen, gleichzeitig aber auch wissenswerte Fakten und Hilfe bei kniffligen Matheaufgaben geben. „Das macht auch unseren Erfolg aus. Wir wollen in unseren Videos etwas vermitteln, zur Bildung beitragen und zeigen, dass auch Themen wie zum Beispiel Mathematik unterhalten können. Und unsere Arbeit macht auch richtig Spaß. Aus all diesen Gründen arbeiten so viele große Unternehmen sehr gerne mit uns zusammen, “, so Karim Saad, Gründer und CEO von ClassNinjas. Mit den Videokooperationen wird nicht nur die Aufmerksamkeit der Zuseher erlangt, sondern ein längerfristiger Wiedererkennungswert geschaffen und dazu die jeweilige Marke erfolgreich positioniert.

Wer das ClassNinjas Team einmal persönlich treffen will, hat am 20. Oktober bei dem otago MeetUp „Let’s Talk About TikTok“ die Gelegenheit dazu. <https://www.otago.at/veranstaltungen/tiktok-meetup-mit-otago/>

Besonders zu Employer Branding wurden schon viele erfolgreiche TikToks von den ClassNinjas produziert, die Lehrlinge aus unterschiedlichen Betrieben ins Rampenlicht stellen und die vielen Möglichkeiten, die Lehrberufe bieten, in unterhaltsamer Weise aufzeigen. Da zahlreiche Unternehmen mit dem momentanen Mangel an Facharbeitern zu kämpfen haben, werden nach und nach neue Wege ausprobiert, um mit Kampagnen an die richtige Zielgruppe heranzukommen. Und weil man die Generation Z besonderes gut dort erreicht, wo sie die meiste Zeit verbringt, bieten sich soziale Netzwerke, wie auch TikTok, an, um auf zeitgemäße Art und Weise die Mitarbeiter:innenakquise anzugehen. Die ClassNinjas unterstützen dabei tatkräftig mit ihrem Wissen und der großen Reichweite, mit der ein Einstieg für Unternehmen in die Social Media Welt von TikTok ermöglicht wird, um auch so neue Mitarbeiter:innen zu gewinnen.

Foto: ClassNinjas Team

ClassNInjas bei der Arbeit: Produktion für 1a Installateure

Fotocredit: ©ClassNinjas

Und noch mehr von ClassNinjas: [https://www.tiktok.com/@classninjas](https://www.tiktok.com/%40classninjas)

**Über ClassNinjas**

99% Unterhaltung, 2% Mathe: Mehr als eine halbe Million junge Menschen 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)

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

1. <https://science.orf.at/stories/3214313/> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/> [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://www.focusmr.com/wp-content/uploads/2021/06/soziale-medien-april-2021-bericht-short.pdf> [↑](#footnote-ref-4)