

**LDD®**

Success Story

# THALIA x LDD COMMUNICATION

## ERFOLGREICHE SOCIAL-RECRUITING-KAMPAGNE:

# LDD steigert messbar Lehrlingsbewerbungen für Thalia

Im Januar 2025 startete die Multi-Channel-Dialog-Agentur LDD Communication GmbH (LDD) gemeinsam mit Thalia, dem marktführenden Buchhändler im deutschsprachigen Raum, eine maßgeschneiderte Social-Media-Kampagne zur Lehrlingsgewinnung. Ziel war es, junge Menschen in Österreich für eine Lehre im Buchhandel zu begeistern, den Traffic auf der Landingpage zu erhöhen und die Anzahl der Bewerbungen signifikant zu steigern.

Die Kampagne, die von Januar bis März 2025 in zwei Phasen lief, setzte auf einen Mix aus Awareness, Traffic und Engagement-Maßnahmen. Zunächst stand die Bekanntmachung der Lehrstelle im Fokus, anschließend wurden Interessierte zur Landingpage geleitet und zur Interaktion animiert.

„Dank der Social-Recruiting-Expertise von LDD konnten wir unser Lehrstellenangebot optimal positionieren und buchaffine Talente punktgenau ansprechen“, erklärt Mag. Lisbeth Koch, verantwortlich für Recruiting und Employer Branding bei Thalia Buch & Medien GmbH.

## Authentische Inhalte mit hoher Reichweite

Bücher lieben, Kund:innen begeistern, gemeinsam etwas bewegen – genau diese Emotionen und Werte sollten in der Kampagne spürbar werden. Deshalb setzten die Werbepartner auf Inhalte, die direkt aus der Zielgruppe, dem #teamthalia, kamen: Thalia-Lehrlinge erstellten Videos, die LDD mit professionellen Intros und Outros optimierte. So wurde maximale Authentizität erreicht – ein entscheidender Faktor für potenzielle Bewerber:innen.

„Wir wollten Einblicke und Geschichten aus dem echten Arbeitsalltag statt klassischer Werbevideos. Dass unsere eigenen Lehrlinge die Hauptrolle spielen, hat die Kampagne besonders glaubwürdig gemacht“, so Lisbeth Koch.

„Jugendliche erwarten auf Social Media keine Hochglanzwerbung, sondern authentische, nahbare Inhalte. Unsere Strategie bestand darin, ihre Sprache zu sprechen und Formate zu nutzen, die sich nahtlos in ihren Feed einfügen“, ergänzt Robert Lacher, MBA, Head of Digital Services bei LDD Communication GmbH.

## Präzise Ansprache auf TikTok, Snapchat & Instagram

LDD konzipierte und realisierte die Kampagne von Grund auf – von der kreativen Gestaltung der Werbemittel über die Auswahl der passenden Kanäle bis zur laufenden Optimierung der Anzeigen. Zum Einsatz kamen auf

- Snapchat: Story Ads, Linsen und animierte Ads
- TikTok: animierte Ads
- Instagram: animierte und statische Ads

So wurde sichergestellt, dass Teenager genau dort angesprochen wurden, wo sie sich täglich aufhalten.

## Hohe Performance und beeindruckende KPIs

Die Kampagne erzielte messbare Erfolge:

- 7.021.301 Impressionen
- 8.717 Klicks
- CPM (Kosten pro 1.000 Impressionen): 0,62 €
- 2.607 Shares der Snapchat-Linsen

Besonders die Impressionen und Klicks lagen weit unter den branchenüblichen Benchmarks.

„Auch der CPM auf Instagram und Snapchat konnte klar die Richtwerte unterbieten (Instagram 3,86 €; Snapchat 2,00 €). Wir haben nachweislich nicht nur Aufmerksamkeit geschaffen, sondern echtes Interesse und Engagement generiert“, so Robert Lacher.

Head of Digital Services bei LDD Communication. „Besonders stolz sind wir darauf, dass es uns gelungen ist, mit dieser Kampagne neue Zielgruppen zu erreichen und das Engagement auf ein neues Level zu heben.“

Fazit: Die Partnerschaft zwischen LDD und weight friends bleibt eine Erfolgsstory mit viel Potenzial für die Zukunft.

## Dynamische Anpassungen für maximale Effizienz

Um die Kampagne noch treffsicherer zu gestalten und Streuverluste zu vermeiden, passte LDD die beworbenen Standorte während der Laufzeit flexibel an: Besetzte Stellen wurden aus der Kampagne genommen, neue offene Positionen direkt integriert. „Diese Möglichkeit, die Kampagne dynamisch an die Verfügbarkeit der Lehrstellen anzupassen, hat sich als großer Vorteil erwiesen. So konnten wir genau dort Aufmerksamkeit schaffen, wo sie gebraucht wurde“, zeigt sich die Auftraggeberin, Lisbeth Koch, begeistert.

## Fazit: Social Recruiting als Erfolgsfaktor

Die Zusammenarbeit zwischen LDD und Thalia demonstriert, wie effektiv und messbar erfolgreich digitales Recruiting sein kann, wenn Strategie, Channel-Wahl und Content perfekt auf die Zielgruppe abgestimmt sind.

---

## Rückfragen & Kontakt

### Robert Lacher, MBA

Head of Digital Services, LDD Communication GmbH

E-Mail: robert.lacher@ldd.at

Tel.: +43 699 150 365 30

---



Robert Lacher, MBA  
LDD



Mag. Lisbeth Koch  
THALIA

## Über Thalia – thalia.at

Thalia bringt Geschichten und Wissen überall hin – in über 500 Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum sowie digital via Onlineshop und App. Mit seinem Omni-Channel-Ansatz ermöglicht das Unternehmen ein nahtloses Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg. Rund 6.800 Mitarbeitende sorgen dafür, dass Kundinnen und Kunden aus einem vielfältigen Sortiment wählen können und erstklassig beraten werden.

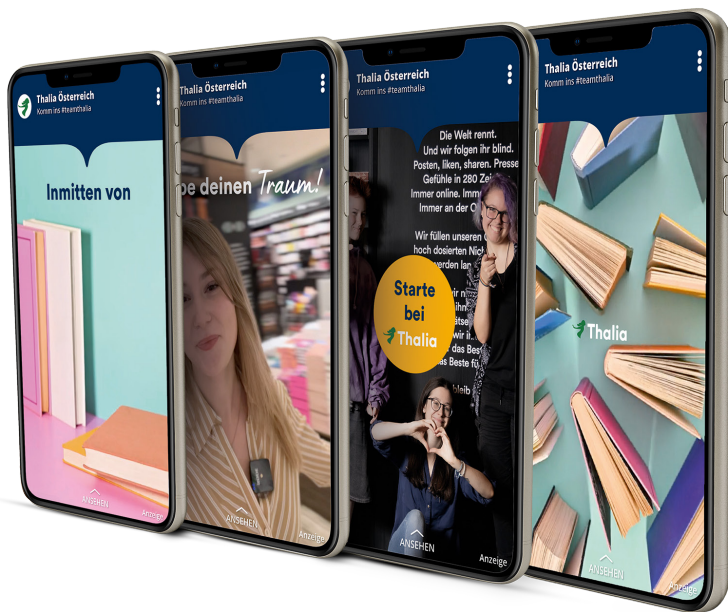
## Über LDD Communication GmbH – ldd.at

LDD Communication zählt mit 36 Jahren Erfahrung, 30 Mitarbeitenden und 3 Standorten in Gmunden, Salzburg und Wien zu den größten Multi-Channel-Dialog-Agenturen Österreichs. Von passgenauer, hoch-effizienter und messbarer Kommunikation aus einer Hand profitieren nationale wie internationale Unternehmen aller Größen und Branchen.



## Fotocredits

- Foto Mag. Lisbeth Koch, Recruiting und Employer Branding bei Thalia Buch & Medien GmbH; Thalia Buch und Medien GmbH; Agnes Mutschler
- Foto Robert Lacher, MBA, Head of Digital Services bei LDD Communication GmbH
- Artworks: LDD Communication GmbH



**Snapchat  
Linse**

