SWP_RB / 20261106 / Pool Nord / RB_SOND / 014 / G3 / 2026-11-06 09:22:46

„Wir spielen hier bei den ganz Großen“

Social Media: Gezielte Unterstützung für Firmen in der Region. Die HAKRO Merlins Crailsheim waren Gastgeber für den Content Creator Workshop des Fachkräftenetzwerkes Hohenlohe Plus. VON HERIBERT LOHR

Ein guter, inhaltlich starker Markenauftritt ist für den wirtschaftlichen Erfolg vieler Unternehmen beinahe zwingend. Doch was macht eigentlich eine Marke aus? Wie lässt sie sich passgenau darstellen? Wie lässt sich ein breites Publikum für Produkte oder Dienstleistungen begeistern?

Fragen, bei deren Suche nach Antworten das Fachkräftebündnis Hohenlohe Plus seinen Mitgliedern tiefgehende Unterstützung bietet. Bereits zum dritten Mal hatte das Netzwerk zu seinem Content Creator Workshop geladen. Mitarbeiter von rund 30 Betrieben aus dem gesamten Raum Hohenlohe-Franken waren der jüngsten Einladung gefolgt und damit war auch die dritte Auflage dieser Veranstaltung komplett ausgebucht. Nach einer ausführlichen Betrachtung der Medienarbeit der Merlins und kurzen Führungen durch die HAKRO Arena wurden in Kleingruppen verschiedene Content-Aufgaben bearbeitet, die anschließend in Form eines kurzen Videos präsentiert wurden.

„Wir wollen mit diesem Format gerade für unsere mittelständischen Firmen ein praxisnahes Forum schaffen, wo sich Beschäftigte aus dem Marketing, der PR und Öffentlichkeitsarbeit sowie Social-Media-Verantwortliche über aktuelle Entwicklungen austauschen und Anregungen für die eigene Arbeit aufnehmen können“, erläutert Geschäftsführer Ralf Eisenbeiß den Hintergrund: „Gerade in kleineren Betrieben sind Mitarbeiter in diesen Bereichen häufig Einzelkämpfer, und da ist ein Netzwerk bei der Weiterentwicklung im Alltag ungemein hilfreich.“

Das gilt gerade auch für die unterschiedlichen Formen der Firmendarstellung. Dass die HAKRO Merlins Crailsheim als Gastgeber fungierten, kam dabei nicht von ungefähr. Zum einen zählt das Fachkräftebündnis schon seit Jahren zu den Unterstützern der Crailsheimer Korbjäger, zum anderen haben sich „die Zauberer“ in ihrer nun 40-jährigen Historie zu einer überregional bekannten Marke im deutschen Basketball entwickelt und genießen in der Heimatregion beinahe schon Kultstatus.

Nicht zuletzt auch deshalb, weil die Merlins technisch wie personell kräftig in ihre Außendarstellung investieren. Gleich fünf Mitarbeitende der Geschäftsstelle beschäftigen sich hauptamtlich mit der Frage, wie moderner Sportcontent angelegt sein muss, damit er die Menschen begeistert, Reichweite erzielt und die Emotionen des Basketballs authentisch transportiert. Im Detail nicht so einfach, wie Geschäftsführer Lukas Lienert den Gästen zwischen Rundgang und Projektarbeit beschreibt: „Von der sportlichen Leistung einmal abgesehen, haben wir ja kein Produkt im klassischen Sinne, sondern verkaufen Emotionen. Unser wirtschaftlicher Erfolg fußt letztlich darauf, dass wir die Menschen für uns einnehmen, sie für uns begeistern.“



Einblicke: Ralf Eisenbeiß (li.) und Lukas Lienert begrüßten die Teilnehmer. Florian Kachel (re.) beleuchtete anschließend die strategische Ausrichtung des Markenauftritts der Merlins. Foto: Merlins

Neben der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird der Markenauftritt der Korbjäger schon geraume Zeit vor allem über die Präsentation auf der eigenen Website und den unterschiedlichsten Darstellungsformen in den sozialen Medien getragen – und das hochprofessionell. Denn von der Ideenentwicklung über die Foto- und Videoproduktion bis hin zur Veröffentlichung wird alles im eigenen Hause erarbeitet. Der Aufwand ist enorm: Ideen, Storytelling, Fotos und Videos rund um Spieltage, Behind-the-Scenes-Formate, Reels, Shorts und TikTok-Content, Community-Aufbau und Fan-Engagement sind neben Social-Media-Trends und Plattformstrategien nur ein kleiner Ausschnitt von dem, was das fünfköpfige Merlins-Team bei der täglichen Arbeit im Blick haben muss.

Und der Anspruch ist hoch: „Das Ziel ist, dass jedes Content-Piece die Marke stärkt“, erklärt Tristan Lindner, der seit gut einem Jahr als Content Creator bei den Merlins arbeitet. Das scheint zu gelingen: die Zugriffe auf die Inhalte gehen regelmäßig in die Zigtausende. „Wir spielen hier mit den ganz Großen der deutschen Basketballszene“, sagt dazu auch Luis Bach nicht ohne Stolz. Doch zum hohen Qualitätsanspruch gibt es für den Leiter Marke der HAKRO Merlins auch keine Alternative: „Gut gemachten Sportcontent gibt es nur ein paar Klicks weiter auch bei den Wettbewerbern. Das ist dann eben der Maßstab.“

Dabei wollen sich die Merlins nicht verbiegen: „Authentizität ist für uns das A und O“, erklärt Florian Kachel, Leiter Marketing & Medien: „Sportlicher Erfolg und gesellschaftliche Verantwortung gehören für uns untrennbar zusammen. Werte wie Teamgeist, Bodenständigkeit und Engagement sind für uns zentral. Deshalb müssen wir schon auch darauf achten, dass wir inhaltlich nicht abgleiten. Denn das Wichtigste an der Präsentation ist die Botschaft: Wir sind hier in Hohenlohe zu Hause, kommen von hier und wollen auf eine sympathische Art zeigen, dass auch vermeintlich kleine Standorte Großes erreichen können. Unser Markenmotto ‚Pure Magic‘ transportiert genau diesen Gedanken und beschreibt die emotionale Verbindung zwischen Mannschaft, Fans, Partnern und der Region.“

Bei den Teilnehmern des Content-Workshops kam die Präsentation bestens an. „Es war ein ganz toller Workshop. Wir konnten uns vernetzen, austauschen und haben wunderbare Einblicke in die Welt der Merlins bekommen“, sagte etwa Maria Karwan-Bochynek (Geis Eurocargo GmbH). Ganz ähnlich auch die Bewertung von Josefin Dreher (Dreher GmbH): „Ich fand es sehr spannend und interessant zu sehen, wie andere in ihren Unternehmen im Social-Media-Bereich arbeiten. Außerdem fand ich die Einblicke in die Arbeit der Merlins, die ja sehr professionell aufgestellt sind, inspirierend und sehr gewinnbringend.“

www.hakro-merlins.de

PARTNER DER HAKRO MERLINS CRAILSHEIM

Starke Verantwortung und Teamgeist.

Aichele Werkzeuge GmbH ist Sponsor der HAKRO Merlins Crailsheim, weil wir es als Teil unserer sozialen Verantwortung sehen, die Menschen und den Sport in unserer Region zu stärken und zu fördern. Wir lieben Teamgeist und die Freude daran, gemeinsam über sich hinauszuwachsen.

Einmal Merlin, immer Merlin heißt für uns: langfristige Partnerschaft, wir begleiten das Team nachhaltig auf seinem Weg. Wir freuen uns ein Teil davon zu sein und wünschen den HAKRO Merlins Crailsheim spannende und erfolgreiche Momente.



Mira und Matthias Aichele
Geschäftsführung

LINDENMEYER rent a car
MulfingerAutomobile Wir bewegen Menschen.
stegmaiergroup MOBILE ERFAHRUNG SEIT 1927
WIRTHWEIN
LEONHARD WEISS BAUUNTERNEHMUNG
temPERSO
SYNTEGON PROCESSING & PACKAGING
Aichele SPEZIALMASCHINEN
TSA SICHERHEITSSYSTEME
STEGO
SCHUBERT
ebmpapst
BAD - HEIZUNG - KUNDENDIENST HALBRITTER Und Sie fühlen sich zuhause!
FLAIR PARK-HOTEL ILSHOFEN ★★★★
AUTO. GRUPPE KOCH
HERO TEXTIL AG
BAUSCH+STRÖBEL
HOHENLOHER TAGBLATT
swp
HOHENLOHE+
FAHRRAD GRUND
SMV SCHROTH
ETW Wollmershäuser GmbH
FIRMENGRUPPE
Möbel BOHN
VR Bank Heilbronn Schwäbisch Hall eG
HAKRO HÄLT. SEIT 1969
seifert
Best Food. Fine Cooking. Top Service.
Hägele Catering GmbH
DREHER Verpflegungssysteme
TC Buckenmaier Mode erleben
Sortiersysteme
groninger
HANSELMANN
ETL BECK, KÖHNLEIN & KOLLEGEN GMBH STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT