



LIGAREPORT

2021/2022



Herausgeber

Basketball Bundesliga GmbH
Am Kabellager 11-13
51063 Köln

Mitarbeit (easyCredit BBL)

Luca Mertz, Sebastiano Provenzano,
Matthias Sonnenschein, Jens Staudenmayer,
Moritz Unseld, Manuel Werners

Geschäftsführer

Dr. Stefan Holz

Mitarbeit (extern)

Gregor Fassbender

Gestaltung

Speedpool GmbH

Druck

Blattwerk Hannover GmbH

Bildnachweise

Ulf Duda: S. 1, 3, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 24, 27, 29
Jörn Wolter: S. 5, 19
Julian Reckmann: S. 7
Steffen Eirich: S. 21
Marvin Contessi: S. 25
Daniel Löb: S. 32

Stand

22.05.2023

-  **easycreditbbl**
-  **@easycreditbbl**
-  **easyCreditBBL**
-  **easyCreditBBL**
-  **basketballbundesliga**
-  **easyCreditBBL**
-  **easyCredit Basketball Bundesliga**
-  **easyCredit Basketball Bundesliga**



BARMER



 sportwetten.de



RRG Retail Renault Group

4 VORWORT
6 EASYCREDIT BBL
14 SPORTLICHES
20 FINANZEN
26 REICHWEITEN
32 STARKE ZAHLEN



Die drei BBL-Legenden Alex King, Per Günther und Rickey Paulding beendeten 2022 ihre Karrieren nach insgesamt 49 Jahren und 1.722 Spielen in der BBL.

LIEBE BASKETBALL-FANS,

ich freue mich sehr, Ihnen heute den ersten Ligareport in der Geschichte der easyCredit Basketball Bundesliga vorstellen zu dürfen.

Auf 34 Seiten erhalten Sie über eine Vielzahl an Zahlen, Daten, Fakten tiefe Einblicke in eine der spannendsten und bedeutendsten Sportligen Deutschlands.

Weshalb haben wir uns entschieden, einen Ligareport in dieser Form erstmals zu erstellen? Zwei Motive haben uns hierbei angetrieben: Zum einen war diese Art von ausführlicher Dokumentation längst überfällig. Und wer sonst als die BBL könnte und sollte einen stimmigen, ganzheitlichen Überblick über ihr Tun geben? Nur in der Liga selbst sehen wir den verlässlichen Auskunftgeber gegenüber sämtlichen Anspruchsgruppen der BBL. In Zukunft werden wir die easyCredit Basketball Bundesliga einmal jährlich mit einem regelmäßigen Report greifbar machen.

Konkret haben wir in dieser Zeit vier für die Entwicklung der easyCredit Basketball Bundesliga wegweisende Projekte angeschoben, die entweder noch im Laufe der Saison oder aber bis zum Ende des vergangenen Jahres sichtbar Gestalt annahmen (s. Seite 12: Saison der Weichenstellungen):

- **Relaunch der Marke:** Der Marke easyCredit Basketball Bundesliga haben wir ein neues, moderneres Gesicht gegeben, das alte und neue Zielgruppen gleichermaßen ansprechen soll und das insbesondere auf das Thema Lifestyle als differenzierender Faktor setzt. All dies soll unser neuer Claim „Welcome to WOW“ kommunikativ transportieren.
- **Neuvergabe der Medienrechte:** Mit unserem neuen Medienpartner Dyn stoßen wir ab der Saison 2023/24 in eine neue Dimension der

medialen Präsenz über die easyCredit Basketball Bundesliga vor.

Der neue Sender wird nicht nur wie bisher alle Spiele der easyCredit BBL und des BBL Pokals live übertragen, darüber hinaus stellt er der Liga und den Clubs sowie nationalen wie regionalen Medienpartnern umfassende digitale Inhalte zur weiteren medialen Verwendung zur Verfügung, vor allem auch in der Woche. Die easyCredit BBL wird so insgesamt deutlich sichtbarer und damit relevanter werden.

- **Einleitung einer gemeinsamen Nachhaltigkeitsstrategie:** Mit dem Erarbeiten einer gemeinsamen Strategie samt Schärfen der verbindlichen Regeln für die Lizenzierung stellen wir das Megathema Nachhaltigkeit auf eine noch höhere Stufe als bisher. Dabei ist uns bewusst: Wir bewegen uns in einem Spannungsfeld. Was ist wirkungsvoll und gleichzeitig realistisch machbar und letztlich auch finanzierbar? Wir wollen unserer Ambition sicht- und spürbar Ausdruck verleihen.
- **Entwicklung einer neuen Ligastrategie:** „Wer nicht weiß, wohin er will, darf sich nicht wundern, wenn er woanders ankommt.“ Dieser wunderbare Satz stammt von Mark Twain und lädt förmlich dazu ein, die eigene(n) Vision(en) detailliert aufzuschreiben. Wer sein Ziel dann auch tatsächlich erreichen will, muss zudem wissen, wie er dorthin gelangen möchte. Damit waren wir schon mittendrin in der Entwicklung einer neuen Wachstumsstrategie für die Liga für die kommenden zehn Jahre. Und wie es sich für Basketballer gehört, haben wir der neuen Strategie gleich einen knackigen Namen gegeben, der unseren Anspruch und unseren Ehrgeiz unterstreicht: „Triple Double“. Dahinter verbirgt sich nicht weniger als die Verdopplung dreier relevanter Wachstumstreiber bis 2032.

Dass wir uns überhaupt mit diesen für die Liga bedeutenden Weichenstellungen so intensiv beschäftigen konnten, hatte einen erfreulichen Grund: In der Saison 2021/22 war die Covid-19-Pandemie zwar noch nicht vollends im Griff, aber es war endlich wieder zunehmend Normalität eingezogen. Die Fans durften nach und nach wieder in die Arenen.

Zukunftsplanung statt Krisenmodus war wieder angesagt. Ganz ehrlich: Dem Team in der BBL-Geschäftsstelle, mir und ebenso den Kolleginnen und Kollegen in den Clubs macht diese Art von Aufgabenstellung weitaus mehr Spaß, als das pure Überleben zu sichern.

Freuen wir uns also gemeinsam auf neue, aufregende Kapitel, die vor der easyCredit Basketball Bundesliga liegen – und auf den Blick zurück auf eine Saison der entscheidenden Weichenstellungen, den dieser erste Liga-report der easyCredit BBL wirft.



Dr. Stefan Holz
Geschäftsführer der BBL GmbH



EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL



EASYCREDIT BBL: ZUKUNFTSWEISENDE ZUSAMMENARBEIT VON CLUBS UND LIGA

Die easyCredit Basketball Bundesliga ist die Dachorganisation der 18 Teams der höchsten deutschen Spielklasse im Basketball. Sie richtet die Deutsche Meisterschaft sowie den Deutschen Pokalwettbewerb aus. Das strategische und operative Geschäft wird von der Basketball Bundesliga GmbH geführt.

Konkret steuert sie die organisatorische Abwicklung der Wettbewerbe, etwa der Spielansetzungen, und regelt die Lizenzierung sowie die Spielertransfers. Die easyCredit BBL schafft darüber hinaus die strategischen Rahmenbedingungen, um die Clubs sportlich und wirtschaftlich zu entwickeln. Unter anderem ist sie für die zentrale Vermarktung des Namensrechts sowie der Medienrechte verantwortlich. Seit der Saison 2016/17 ist die Teambank AG, ein Unternehmen der DZ BANK Gruppe (Nürnberg), mit ihrer Produktmarke easyCredit Namensgeber und strategischer Partner der Liga.

Seit dem Jahr 2000 hat die Geschäftsstelle der easyCredit BBL ihren Sitz in Köln. Geschäftsführer der BBL GmbH ist seit dem 1. September 2015 Dr. Stefan Holz. Zur BBL gehören zudem mehrere Gremien, die die ordnungsgemäße Durchführung des Spielbetriebs gewährleisten. Dem Präsidium gehören an: Alexander Reil (Präsident, 1. Vorsitzender MHP RIESEN Ludwigs-

burg), Marco Baldi (Vizepräsident, Geschäftsführer ALBA BERLIN), Andreas Oettel (Vizepräsident, Geschäftsführer ratiopharm ulm) und Martin Geissler (Vizepräsident, Geschäftsführer SYTAINICS MBC). Das Präsidium wurde am 14. September 2021 für drei Jahre gewählt.

Die Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Basketball Bund (DBB) und der Liga bei der Organisation des Spitzenbasketballs in Deutschland wird durch einen Grundlagenvertrag geregelt. Dieser wurde 2008 zunächst mit einer Laufzeit bis zum Ende der Saison 2021/22 geschlossen. In der Zwischenzeit ist der Vertrag bis zum 30. Juni 2031 verlängert worden.

Konkret hat die BBL vom DBB das Recht zur Organisation und Durchführung der Veranstaltungen gepachtet (unter anderem Deutsche Meisterschaft, Deutscher Pokal) und verwertet auf dieser Grundlage alle sich aus den Veranstaltungen ergebenden medialen und werblichen Vermarktungsrechte. Darüber hinaus werden im Grundlagenvertrag Fragen wie die „Wahrnehmung der Rechte des deutschen Basketballs gegenüber FIBA und FIBA Europa“, die „Abstellung von Nationalspielern“ oder das Thema „Schiedsrichter und Kommissare“ geregelt. Des Weiteren engagiert sich die BBL GmbH gemeinsam mit ihren Clubs in der nachhaltigen Sport- und Nachwuchsentwicklung.





MEISTERSCHAFT

Nach einer **34 Spieltage** umfassenden Hauptrunde ermitteln die besten acht Mannschaften in **drei Playoff-Runden (Viertelfinale, Halbfinale und Finale)** den Deutschen Meister. Alle Runden werden nach dem Modus „**Best of Five**“ ausgetragen. Sportliche Absteiger in der Saison waren die FRAPORT SKYLINERS und die JobStairs GIESSEN 46ers. **Deutscher Meister 2022 ist ALBA BERLIN.**



POKAL

Seit der Saison 2017/18 wird der **MagentaSport BBL Pokal** mit **16 Mannschaften** ausgespielt. Teilnahmeberechtigt sind jene Teams, die zum Abschluss der vorherigen Saison die **Plätze 1 bis 16** belegt haben; die beiden Absteiger aus dem Oberhaus sowie die Aufsteiger in die easyCredit BBL nehmen nicht am Pokal-Wettbewerb teil. Nach den ausgelosten Achtel- und Viertelfinalbegegnungen qualifizieren sich **die besten vier Teams für ein Endrundenturnier**. Im Rahmen dieses **TOP FOUR** wird der Pokalsieger ermittelt. Das TOP FOUR 2022 fand am 19. und 20. Februar in der Mercedes-Benz Arena in Berlin statt. **Deutscher Pokalsieger 2022 ist ALBA BERLIN.**

SAISON 2021/22

HAUPTRUNDE

- **Spannender Kampf um die Playoffs bis zum letzten Spieltag:** ALBA BERLIN wird Hauptrundensieger
- **Sportliche Absteiger:** FRAPORT SKYLINERS (17) und JobStairs GIESSEN 46ers (18.)
- **Parker Jackson-Cartwright (Telekom Baskets Bonn) wird Hauptrunden MVP:** 19,3 Punkte, 7,5 Assists und 3,3 Rebounds in 29 Spielen der Hauptrunde
- **Weitere Awards**
 - Coach of the Year**
Tuomas Iisalo (Telekom Baskets Bonn)
 - Best Offensive Player**
TJ Shorts II (HAKRO Merlins Crailsheim)
 - Best Defensive Player**
Justin Simon (MHP RIESEN Ludwigsburg)
 - Bester U22-Spieler**
Justus Hollatz (Hamburg Towers)

PLAYOFFS



Finals MVP
Johannes Thiemann
(ALBA BERLIN)

MAGENTA SPORT BBL POKAL

- **Vorjahressieger FC Bayern München** verliert im Viertelfinale gegen die NINERS Chemnitz, die erstmals ins TOP FOUR einziehen
- **TOP FOUR Teilnehmer:** Basketball Löwen Braunschweig, HAKRO Merlins Crailsheim, ALBA BERLIN, NINERS Chemnitz
- TOP FOUR findet am 19./20. Februar 2022 in der Mercedes-Benz Arena Berlin statt
- Begrenzte Zuschauerzahl: Coronabedingt dürfen nur **4.000 Fans in die Arena**
- **Halbfinale**
Crailsheim besiegt Braunschweig mit 85:71; Berlin gewinnt gegen Chemnitz mit 91:81
- **Finale**
ALBA BERLIN wird mit einem 86:76 Sieg im Finale gegen die HAKRO Merlins Crailsheim Pokalsieger
- **TOP FOUR MVP**
Maodo Lô (ALBA BERLIN)



EUROPÄISCHE WETTBEWERBE

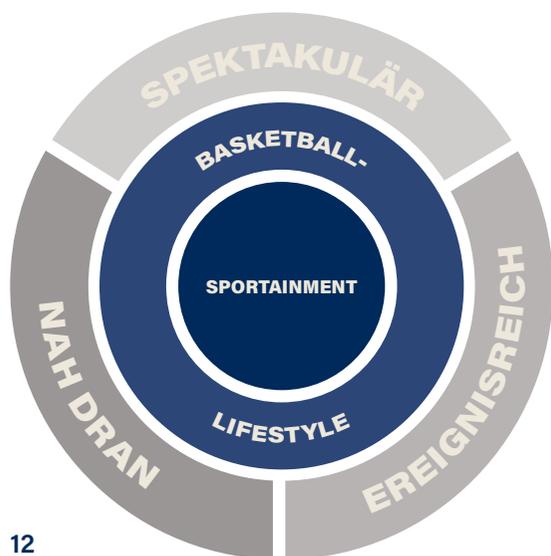
- **Turkish Airlines EuroLeague**
FC Bayern München und ALBA BERLIN
München wird 8. und erreicht damit die Playoffs. Dort scheidet man gegen den FC Barcelona mit 2:3 aus. Berlin wird 10.
- **7Days EuroCup**
Hamburg Towers und ratiopharm ulm
Die Teams erreichen als 7. bzw. 8. in ihrer jeweiligen Gruppe die **K.-o.-Spiele**.
Hamburg verliert das Do-or-Die-Achtelfinale gegen Valencia Basket Club 98:80.
Ulm überrascht in der ersten Runde gegen Joventut de Badalona und verliert im Viertelfinale gegen den späteren Sieger Virtus Bologna mit 77:83.
- **Basketball Champions League**
MHP RIESEN Ludwigsburg und EWE Baskets Oldenburg
Brose Bamberg scheidet in der Qualifikation aus.
Oldenburg scheidet in der Gruppenphase aus.
Ludwigsburg erreicht nach zwei Gruppenphasen sowie einem Viertelfinalerfolg in der Serie gegen U-BT Cluj-Napoca zum zweiten Mal nach 2018 das Final Four in Bilbao, verliert dort das Halbfinale gegen Baxi Manresa mit 55:63, wird aber Dritter nach einem Sieg gegen Hapoel Holon (88:68).
- **FIBA Europe Cup**
HAKRO Merlins Crailsheim und medi bayreuth
Beide schaffen die erste Gruppenphase, **Bayreuth** scheidet in der Qualifikation aus.
Crailsheim erreicht das Viertelfinale, verliert dieses nach Hin- und Rückspiel aber gegen ZZ Leiden mit kumuliert 148:153 (Hinspiel 71:68, Rückspiel 77:85).

SAISON DER WEICHENSTELLUNGEN

Wer mit etwas zeitlichem Abstand auf die Saison 2021/22 zurückblickt, der wird die vier großen und bedeutenden Projekte erkennen können, die allesamt in dieser Zeit des Übergangs angestoßen wurden. Ihnen gemeinsam ist: Sie hatten und haben weichenstellenden Charakter für die Zukunft der easyCredit Basketball Bundesliga.

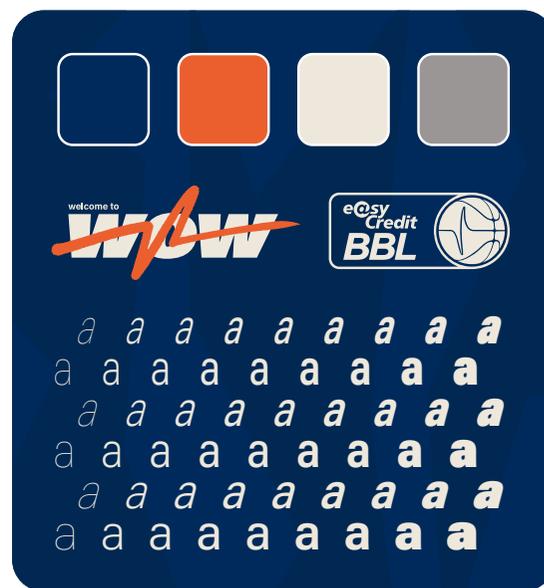
Relaunch der Marke

„Willkommen in der easyCredit Basketball Bundesliga – Welcome to WOW!“ Mit diesem neuen Claim lädt die Liga seit September 2021 ein, gemeinsam Basketballsport mit den Attributen spektakulär, nah dran und ereignisreich zu konsumieren. Der neue Markenkern lautet: Begeisterndes Sportainment erleben. Mehr als Sport.



Die Weiterentwicklung und Neu-Positionierung der Marke auf Basis des Modells der identitätsorientierten Markenführung wollen das Potenzial des Basketballsports weiter vorantreiben und ausschöpfen. Denn der Basketballsport in Deutschland soll auch in Zukunft relevant für die bestehenden und insbesondere für neue Zielgruppen sein.

Der Claim „Welcome to WOW“ als wichtiges Markenelement verkörpert das neue zentrale Markenversprechen. Zur Ausdifferenzierung dieses Versprechens wurde ebenso das Brand Design ganzheitlich überarbeitet und auf einen modernen und authentischen Auftritt mit stärkerem Digitalfokus ausgerichtet.



Nicht nur der Claim und das Brand Design wurden erneuert, sondern die gesamte Kommunikation angepasst, bei der das Erlebnis Basketball Bundesliga im Zentrum steht. Dies zeigt sich unter anderem in der zeitgemäßen Gestaltung und Usability der Website und App, und insbesondere in vielfältigen Social-Media-Aktivitäten auf den eigenen Kanälen. Im Speziellen auf Instagram sowie bei den neuen Kanälen TikTok, Twitch und Spotify, um die Ansprüche neuer Zielgruppen in Bezug auf den zeitgemäßen Konsum von Content einer Sportart und des Wettbewerbs zu bedienen.

In einem strategischen Prozess wurde außerdem der charakteristische Basketball-Lifestyle als stärkster und authentischster Differenziator herauskristallisiert und stellt die Markenprägung dar, um neue und vor allem jüngere Zielgruppen für den deutschen Profibasketball zu erschließen. Dabei spielt die Hiphop-Kultur eine wesentliche Rolle. Zum einen ist der Basketballsport mit dieser Kultur seit jeher eng verbunden, zum anderen identifiziert sich rund die Hälfte der jungen Menschen in Deutschland mit „Street“ oder „Hiphop“. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, wird die Marke konsequent im Lifestyle-Bereich positioniert, entsprechende Inhalte werden ausgespielt, um die popkulturelle Strahlkraft der Liga und ihrer Clubs deutlich zu steigern.

In ihrer Außendarstellung wird die Liga mit sportlichem Wettbewerb, Athletik, Spektakel sowie Elementen der Hiphop-Kultur zur Metapher für die Marke.

Neuvergabe der Medienrechte

Im Mai 2022 hat die easyCredit Basketball Bundesliga ihre audiovisuellen Medienrechte für sechs Spielzeiten ab der Saison 2023/24 an den neu gegründeten Sport-Streaming-Dienst S-Nation Media vergeben. Inzwischen agiert die gemeinsame Gesellschaft der Axel Springer SE und von Christian Seifert, dem ehemaligen CEO der DFL Deutsche Fußball Liga, unter dem Markennamen Dyn. Von der neuen Partnerschaft versprechen wir uns perspektivisch eine größere Öffentlichkeit für die easyCredit Basketball Bundesliga und unseren Sport.

Dyn wird ab der Saison 2023/24 sämtliche Spiele der Basketball Bundesliga sowie des BBL Pokals in gewohnt hoher Qualität produzieren und auf ihrer eigenen Plattform ausstrahlen, um Relevanz und Reichweite der easyCredit BBL spürbar zu steigern und noch mehr Fans zu gewinnen.

Einleitung einer Strategieentwicklung zum Thema Nachhaltigkeit

Im Januar 2022 haben die 18 Clubs der easyCredit Basketball Bundesliga die Erarbeitung einer gemeinsamen Nachhaltigkeitsstrategie beschlossen. Zuvor war unter Leitung von Prof. Torsten Weber von der Cologne Business School und unter Beteiligung eines Großteils der Vereine ein systematischer strategischer Prozess zum Thema Nachhaltigkeit eingeleitet worden. Grundlage der gemeinsamen Strategie ist das klare Bekenntnis zu Nachhaltigkeit aus gesellschaftlicher Verantwortung sowie als Chance für die Weiterentwicklung der Liga.



Das Bekenntnis fiel auch deshalb so deutlich aus, weil die Clubs dem Thema ausnahmslos bereits eine hohe oder gar sehr hohe Bedeutung beimessen. Viele Vereine sind bereits seit Jahren aktiv und setzen erfolgreich zahlreiche Maßnahmen und Projekte um. Zudem waren auch bei der Lizenzierung der easyCredit BBL bisher schon nachhaltige Kriterien verankert, primär im sozialen und ökonomischen Bereich. Hier sind insbesondere die obligatorische Nachwuchsarbeit sowie die Pflicht zur ausgeglichenen Finanzplanung zu nennen.

Für ihre gemeinsame Strategie beschlossen Clubs und Liga, sich an den weltweit anerkannten 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN) zu orientieren. Diese dienen als Kompass und Grundlage für konkrete Handlungsfelder. ●



In der Zwischenzeit haben die 18 Clubs der easyCredit BBL die Nachhaltigkeitsstrategie der Liga weiterentwickelt. Weitergehende Informationen zu den Themen sind hier zu finden.

NEUE LIGASTRATEGIE UNTER DEM MOTTO „TRIPLE DOUBLE“

Im November 2022 haben die 18 BBL-Clubs schließlich eine neue Ligastrategie bis 2032 verabschiedet. Damit wurden die Weichen gestellt, um für die kommenden zehn Jahre substanzielles Wachstum zu ermöglichen. Konkret setzte sich die Liga das Ziel, drei relevante Kennziffern bis 2032 zu verdoppeln:

- Die **Clubbudgets** gilt es innerhalb der kommenden zehn Jahre zu verdoppeln. Zielwert für 2032 sollen Clubbudgets von zusammengerechnet rund **200 Mio. Euro** sein.
- Das zweite Ziel ist eine Verdopplung der Basis. Dabei geht es neben den Reichweiten in den Segmenten TV, Digital Classic (Website und Apps) und Social Media auch um eine **Verdopplung der Zugangsmöglichkeiten zum Sport**, insbesondere im Nachwuchs- und Grundschulbereich.
- Das gilt auch für die **sportliche Attraktivität der Liga**. Insbesondere in den internationalen Clubwettbewerben soll der Stellenwert der BBL **anhand einer Scorecard erhöht werden**. Hierbei spielt die eigene Ausbildung von Bundesligaspielern eine übergeordnete Rolle.

Die ambitionierten Zielsetzungen werden unter das Motto „Triple Double“ gestellt – analog zur sportlichen Leistung im Basketball, bei der ein Spieler in einem Spiel in drei wesentlichen Statistiken (Punkte, Rebounds, Assists) jeweils zweistellig performt.



Mittlerweile haben die Clubs erste Maßnahmen beschlossen, die die genannten Zielsetzungen und Kennziffern gezielt ansteuern.

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES



19.06.2022
17:25 Uhr
München
Finals Spiel 4
Maodo Lô

FAKT IST ...

... IN DEN **329** SPIELEN DER SAISON 2021/22 ERZIELTEN **305** EINGESETZTE SPIELER **54.222** PUNKTE. DIESE RESULTIERTEN AUS **9.337** FREIWÜRFEN, **13.213** ZWEI-PUNKTE-WÜRFEN UND **6.153** DREIERN. DAZU WURDEN **23.247** REBOUNDS GEHOLT (**15.971** DEFENSIV UND **7.276** OFFENSIV) UND **11.763** ASSISTS VERTEILT. VON **9.137** BALLVERLUSTEN WURDE DER BALL **4.645** MAL GESTOHLLEN, **1.521** MAL WURDE ER GEBLOCKT. DIE **142** EINGESETZTEN EINHEIMISCHEN SPIELER IN DER BBL STANDEN INSGESAMT **800** STUNDEN, **3** MINUTEN UND **29** SEKUNDEN AUF DEM FELD. DAS ENTSPRICHT EINEM SPIELANTEIL VON **32,3%**. SIE ERZIELTEN **17.622** PUNKTE (**32,5%**), DAVON **3.070** FREIWÜRFE, **4.078** ZWEIER UND **2.132** DREIER. SIE HOLTEN **8.084** REBOUNDS (**5.541** DEFENSIV UND **2.543** OFFENSIV), VERTEILTEN **3.380** ASSISTS, KLAUTEN **1.597** MAL DEN BALL UND BLOCKTEN **557** WURFVERSUCHE. DIE **28** SCHIEDSRICHTER:INNEN DER EASYCREDIT BASKETBALL BUNDESLIGA PFIFFEN INSGESAMT **13.633** MAL FOUL. DAS ENTSPRICHT IM DURCHSCHNITT **20,7** FOULS PRO TEAM PRO SPIEL.



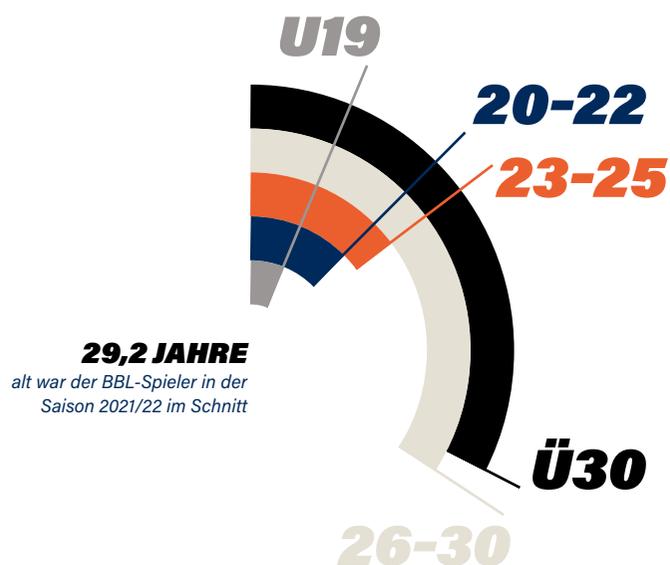
SPIELE, SPIELER, TRAINER

In der Saison 2021/22 haben insgesamt 329 Spiele stattgefunden, davon 305 Hauptrundenspiele und 24 Playoff-Partien. Eine Begegnung der Hauptrunde musste coronabedingt abgesetzt werden.

Die Heimteams holten in 175 Spielen den Sieg (57,4%), 130 Mal (42,6%) ging das Gastteam als Sieger vom Feld. 13 der 305 Hauptrunden-Begegnungen wurden erst in der Verlängerung entschieden, eine davon erst nach der zweiten Verlängerung.

Im Schnitt wurden die 305 Spiele der Hauptrunde mit einer Differenz von 12,00 Punkten entschieden. Viele Spiele waren dabei von Spannung geprägt, mehr als ein Viertel (80) wurden mit weniger als fünf Punkten Differenz gewonnen, weitere 78 mit nur zehn oder weniger Punkten. Mit mehr als 20 Punkten endeten nur 48 der 305 Spiele. Der höchste Sieg war mit einer Differenz von 50 Punkten der 113:63-Sieg der Hamburg Towers gegen die HAKRO Merlins Crailsheim.

In den Playoffs zeigte sich mit Blick auf das Heimrecht ein anderes Bild. Von den 24 Playoffspielen gewann das Heimteam nur elf, 13 Mal siegte der Gast. In der Halbfinalserie zwischen den Telekom Baskets Bonn und dem FC Bayern München ging die Gastmannschaft sogar in jeder der fünf Partien als Sieger vom Feld. Drei Mal gingen die Spiele der Playoffs in die Verlängerung, einmal sogar in die doppelte. Sieben Partien wurden mit weniger als fünf Punkten entschieden, fünf Spiele mit mehr als 20 Punkten Differenz.



Alter ist nur eine Zahl

Im Durchschnitt 29,2 Jahre war ein BBL-Spieler in der Saison 2021/22 alt. Den jüngsten Kader der Saison stellte der SYNTAINICS MBC mit 27,8 Jahren. Das älteste Team der Liga kam aus Bayreuth mit 32,8 Jahren.

Beim Blick auf die verschiedenen Altersgruppen machte das Segment von 26 bis 30 Jahren mit 34,18% der Spieler den größten Anteil aus. Mit 32,28% folgen Spieler, die älter als 30 Jahre sind. Im Bereich 20 bis 22 Jahre bzw. 23 bis 25 Jahre tummelten sich kumuliert noch über ein Viertel der Spieler (27,22 %).

182

EINHEIMISCHE SPIELER

357 Spieler wurden während der Saison 2021/22 für den Spielbetrieb der ersten Basketball Liga in Deutschland gemeldet. Von diesen 357 Spielern wurden insgesamt 305 Spieler eingesetzt. Über die Hälfte der gemeldeten Spieler (182) besitzen einen deutschen Pass. Davon zählen vier Spieler als Local Player. Die nachfolgend stärkste Nation waren die USA mit 116 Spielern. Auf Rang drei folgte mit nur noch sieben Spielern Serbien. Insgesamt wurden Spieler aus 33 Nationen gemeldet.

13

UNTERSCHIEDLICHE NATIONEN

Vielfalt pur auf der Headcoach-Position: Aus insgesamt 13 unterschiedlichen Nationen stammten die Headcoaches zu Saisonbeginn 2021/22. Darunter fanden sich zwei Trainer mit deutscher Nationalität. Am häufigsten zu Saisonbeginn vertreten waren spanische Headcoaches (4). Im Durchschnitt waren die Trainer zu Saisonbeginn seit 2,7 Jahren in ihrem Club angestellt. In der Liga selbst waren sie sogar seit 4,1 Jahren aktiv. Damit haben einige Trainer trotz ihrer unterschiedlichen Herkunft die Liga über mehrere Jahre mit geprägt.

NACHWUCHS FÖRDERN HEISST ZUKUNFT SICHERN

Die easyCredit BBL hat sich in besonderem Maße der Förderung des Nachwuchses verschrieben. So wie jedes größere Unternehmen Auszubildende beschäftigt, um eine zukunftsfähige Personalstruktur zu garantieren, pflegen und erneuern Liga und Clubs laufend das Fundament ihrer Kaderstrukturen.

Aus diesem Grund haben die Clubs der easyCredit Basketball Bundesliga und der BARMER 2. Basketball Bundesliga den Deutschen Basketball Ausbildungsfonds e.V. gegründet. In diesem Kontext bietet die BBL zwei Trainerausbildungen an, führt ein Qualitätsmanagement durch (Zertifizierung) und incentiviert die an der Ausbildung von BBL-Spielern beteiligten Vereine.

Ausbildungsprämie

Der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. ist verantwortlich für die Durchführung von Maßnahmen zur Förderung des deutschen Basketball-Nachwuchses und wird finanziert aus Mitteln, die die Clubs der BBL, der ProA und der ProB bereitstellen. **Die Ausbildungsprämien werden nach vier Schlüsseln verteilt, wobei deren Gewichtung die Anteile**

261.154,88 €

schüttete der Deutsche Ausbildungsfonds e.V. in der Saison 2021/22 insgesamt an alle ausbildenden Clubs aus.

widerspiegelt, die die beteiligten Clubs an der Ausbildung des jeweiligen Spielers tragen. Nach Anwendung dieses Schlüssels erhielten die 18 BBL-Clubs in der Saison 2021/22 kumuliert eine Ausbildungsprämie in Höhe von 75.361,77 Euro.



Was genau die Ausbildungsprämie ist und nach welchem Schlüssel diese verteilt wird, sehen Sie hinter dem QR-Code.

Spielerausbildung

Die easyCredit BBL war und ist ein wichtiger Ort für die Ausbildung von BBL-Leistungsträgern, europäischen Spitzenspielern, NBA- und Nationalspielern. Den Anfang ihrer Karriere legten viele von ihnen sowohl in kleineren Vereinen außerhalb der Proficlubs, in Partnervereinen als auch über die zahlreichen Graswurzel- und Schulprogramme. Betrachtet man analog zur Ausbildungsprämie die Leistungsträger in der easyCredit BBL und setzt die für einen „Leistungsträger“ notwendige durchschnittliche Mindestspielzeit von 15 Minuten an, so gehörten in der Saison 2021/22 insgesamt 35 einheimische Spieler zu diesem exklusiven

BBL Club

Anzahl Leistungsträger gemäß Nachwuchsförderrichtlinie mit Jugendstation beim jeweiligen Club oder Kooperationspartner

ALBA BERLIN	5
Brose Bamberg	5
FC Bayern München	5
Hamburg Towers	3
Basketball Löwen Braunschweig	2
EWE Baskets Oldenburg	2
ratiopharm ulm	2
s.Oliver Würzburg	2
Telekom Baskets Bonn	2
FRAPORT SKYLINERS	1
medi bayreuth	1
MLP Academics Heidelberg	1
NINERS Chemnitz	1
SYNTAINICS MBC	1
BG Göttingen	0
HAKRO Merlins Crailsheim	0
JobStairs GIESSEN 46ers	0
MHP RIESEN Ludwigsburg	0

ven Kreis. Bei 26 dieser 35 einheimischen Leistungsträger waren die Clubs der BBL direkt oder indirekt über ihre Kooperationspartner an der Ausbildung der Spieler beteiligt, das heißt die Clubs betreuten den Spieler bis zum Erreichen des Seniorenbasketballs bzw. bis zum Austritt aus der U19. Hierbei kann ein Spieler auch von mehreren Vereinen ausgebildet werden. Top Ausbilder-Clubs waren in der Saison 2021/22 ALBA BERLIN, Brose Bamberg sowie der FC Bayern München. Diese drei Clubs wirkten bei der Ausbildung von jeweils fünf BBL-Leistungsträgern mit.

Trainer:Innenausbildung

Neben der Spielerausbildung legt der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. einen besonderen Stellenwert auf die Ausbildung von Trainer:Innen. Hier haben sich zwei Programme etabliert: die Nachwuchs-trainerausbildung (NTA) für Trainer:Innen im Jugendleistungssport sowie die mit dem Deutschen Basketball Bund gemeinsam durchgeführte Minitrainer-Offensive (MTO) für Trainer:Innen im Minibereich. Für den Leistungsbasketball ist besonders die Nachwuchstrainer:Innenausbildung relevant. Bis zur Saison 2021/22



durchliefen diese Ausbildung insgesamt 65 Personen. 86 % der Absolventinnen und Absolventen sind nach wie vor hauptamtlich als Trainer:Innen im Jugend- und Profibereich in Deutschland oder im Ausland tätig. Vier gehörten in der Saison 2021/22 sogar dem Trainerteam eines BBL-Clubs an oder waren in leitender Position im Backoffice eines Erstligisten tätig.

Zertifizierung

Im Rahmen der Zertifizierung führt die easyCredit BBL gemeinsam mit dem Institut für Spielanalyse ein Qualitätsmanagement der BBL-Clubs durch. In der Saison 2021/22 wurde als Folge der Coronapandemie eine Förderung für innovative Projekte zum „Re-Start“ nach Corona ausgeschrieben. Außerdem wurden die Clubs digital und in Präsenz besucht, um die Folgen der Pandemie auf die Nachwuchsarbeit der Clubs zu bewerten. In der kommenden Saison werden die Clubs wieder wie gewohnt zertifiziert und können einen Status für die Qualität ihrer Jugendarbeit erlangen. ●

86 %

**aller Absolvent:Innen der
Nachwuchstrainerausbildung
sind nach wie vor im
Basketball tätig.**

NEZNMVNIE

FINANZEN

FINANZEN

FINANZEN

NEZNMVNIE



LEON RADOŠEVIĆ

REBOUNDS	1
GOALS	100 %
BLOCKS	1

BayWa

GAME STATS SAP GAMESTATS

BayWa

MAGENTA SPORT Allianz

#WEBALLTOGETHER MAGENTA SPORT

#FCBB

BARMER 4.53

MAGENTA SPORT

e@syCredit

e@syCredit

BayWa

SAP PLAYOFFS

BayWa

Audi

BayWa

e@syCredit

AUDI DOME MUNICH

ES GEHT WIEDER AUFWÄRTS

Die Saison 2021/22 war die dritte Spielzeit in Folge, in der die Auswirkungen der Corona-Pandemie signifikant zu spüren waren. Doch weil in der zweiten Hälfte der Saison endlich wieder Publikum in den Arenen zugelassen war, profitierte die Liga von gleich zwei positiven Entwicklungen: In den Hallen kam wieder Stimmung auf, und die wirtschaftlichen Kennzahlen entwickelten sich – zumindest leicht – positiv. Der Gesamtumsatz der 18 Proficlubs der easyCredit BBL konnte erstmals seit Ausbruch der Pandemie wieder zulegen.

Die Saison 2021/22 konnte im ursprünglich geplanten Zeitraum begonnen und beendet werden. Möglich gemacht hatte die Durchführung des Spielbetriebs in der easyCredit BBL ein hygienisches Arbeitsschutzkonzept, im April 2020 initiiert und anschließend mehrfach weiterentwickelt durch die „BBL-Clearingstelle COVID-19“. Nichtsdestotrotz behielten sich laufend ändernde Rahmenbedingungen gravierenden Einfluss auf die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Clubs, insbesondere weil die Anzahl der maximal zugelassenen Zuschauer in den Hallen mehrfach variierte.

Der Gesamtumsatz aller Clubs in der Saison 2021/22 lag bei 109,6 Millionen Euro. Das war zwar ein Plus von 7 Millionen Euro gegenüber der vorherigen Spielzeit. Dennoch lag der Gesamtumsatz deutlich unter den Vor-Pandemie-Erlösen, als in der Saison 2018/19 noch 127 Millionen Euro erwirtschaftet wurden. Wesentlicher Grund für den Umsatzrückgang waren die weggebrochenen Ticketeinnahmen.

VERTEILUNG UMSATZERLÖSE



109,6 MIO. EURO

betragen die Umsatzerlöse der 18 Clubs der easyCredit BBL in der Saison 2021/22.



27,2 MIO. EURO

fürten die 18 Proficlubs in der Spielzeit 2021/22 an Steuern und Abgaben an die Finanzämter sowie die Sozial- und Unfallversicherungen ab. In den Zahlungen an die Sozialversicherungsträger i. H. v. 10,2 Mio. Euro sind allein 6,9 Mio. Euro enthalten, die die Clubs an die gesetzliche Unfallversicherung VBG abzuführen hatten.



10,6 MIO. EURO

betrug das kumulierte Eigenkapital der 18 Proficlubs in der Spielzeit 2021/22.

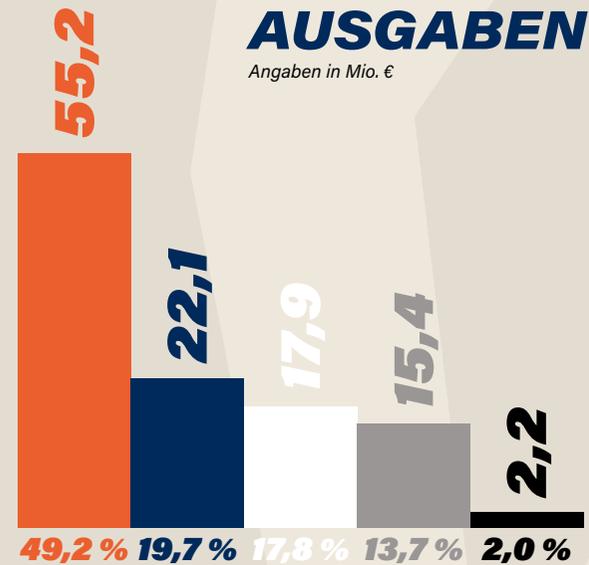


43,2 MIO. EURO

betrug die kumulierte Bilanzsumme der 18 Proficlubs in der Spielzeit 2021/22.



- Sponsoring
- Sonstiges
- Ticketing
- Werberechte
- Merchandising



- Personal Sport
- Kosten Spielbetrieb
- Sonstiges
- Personal Management
- Transfers

PERSONAL

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei den 18 Clubs lag in der Saison 2021/22 auf stabilem Niveau. Hauptgrund dafür war, dass der Spielbetrieb 2021/22 wieder mit mehr Fans in den Hallen stattfand. **Die 18 Clubs boten zusammen mit ihren Nachwuchsbereichen 1.300 Menschen einen Arbeitsplatz (inklusive Aushilfen und Praktikant:Innen).**

Profibereich

	Anzahl
Vollzeit	551
Teilzeit	110
Summe	661
Aushilfen, Praktikant:Innen	302

DAVON
51,2 %
VERWALTUNG/GESCHÄFTSSTELLE

48,8 %
SPIELBETRIEB

Nachwuchsbereich

	Anzahl
Vollzeit	142
Teilzeit	73
Summe	215
Aushilfen, Praktikant:Innen	122

DAVON
30,8 %
VERWALTUNG/GESCHÄFTSSTELLE

69,2 %
TRAININGS- UND SPIELBETRIEB

Summe (Gesamt)

1.300





AMBUR POWERS
MORE THAN

Sparda Bank
BBL

PATRICK

6

WIESEN

CITY

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN



764.000 ZUSCHAUER:INNEN KOMMEN IN DIE ARENEN

Während in der Saison 2020/21 noch nahezu alle Spiele vor leeren Rängen stattfinden mussten, waren zur Saison 2021/22 Zuschauer:Innen teil- und/oder zeitweise wieder zugelassen. Dennoch behielten die Corona-Beschränkungen auch weiterhin großen Einfluss auf die Fanbesuche in den Arenen. Grund dafür waren die unterschiedlichen Verordnungen auf Bundes-, Landes- und Regionalebene sowie häufig kurzfristige Änderungen und Anpassungen. Die dargestellten Zahlen für die Saison 2021/22 sind vor diesem Hintergrund zu betrachten.

EASYCREDIT BBL HAUPTRUNDE



EASYCREDIT BBL PLAYOFFS



EASYCREDIT BBL GESAMT (HAUPTRUNDE + PLAYOFFS)



MAGENTA SPORT BBL POKAL



■ Anzahl Spiele ■ Gesamtzuschauerzahl ■ Zuschauer pro Spiel ■ Auslastung pro Spiel (in Prozent)

**Die sportlich irrelevante Nachholpartie zwischen Braunschweig und Berlin zum Ende der Hauptrunde wurde wegen mehrerer Coronafälle im Braunschweiger Team nicht mehr ausgetragen. So konnte der rechtzeitige Start der Playoffs gewährleistet werden.*

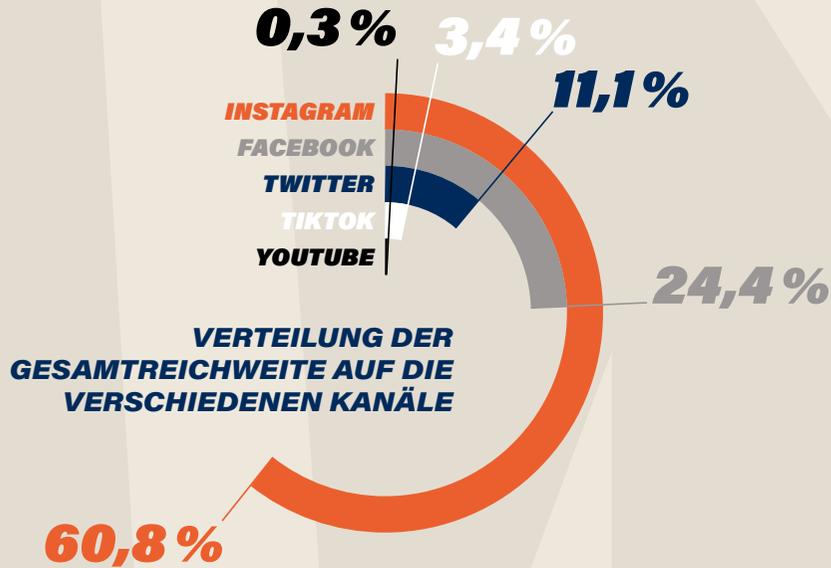
MEHR ALS **11 MIO.**

**ZUSCHAUER:INNEN
BEGEISTERN SICH AN
800 STUNDEN LIVESPORT**

Alle **344 Partien** wurden live bei MagentaSport übertragen. Zusätzlich zeigte Sport1 42 Ligaspiele im Free TV. Als wahrer Reichweitentreiber erwiesen sich insbesondere **die Playoffs**: Hier schauten im Vergleich zur Hauptrunde im Durchschnitt **mehr als doppelt so viele Zuschauer** zu. In Summe bedeutete das Engagement unserer TV-Partner knapp **800 Stunden Broadcast Time**.



INSTAGRAM & CO. BESCHEREN 66 MIO. KONTAKTE IN DEN SOZIALEN MEDIEN



Die easyCredit Basketball Bundesliga fesselt ihre Fans nicht nur in den Arenen und im TV, sondern auch in den sozialen Medien. Ein deutliches Plus an Reichweite garantieren insbesondere die neu entwickelten Content-Formate mit Fokus auf den Markenrelaunch sowie den attraktiven Basketball-Lifestyle. Diese erzielten knapp ein Drittel der Gesamtreichweite bei lediglich einem Fünftel der gesamten Uploads.

SPIELER
DORÉTH
MEDI BAYREUTH
GÜNTHER
RATIOPHARM ULM

POSITION
PG / PG

GRÖSSE (cm)
183 / 184

LÄNDERSPIELE
94 / 65

ALTER
32 / 34

MEISTE REBOUNDS
IN DER GANZEN BUNDESLIGA

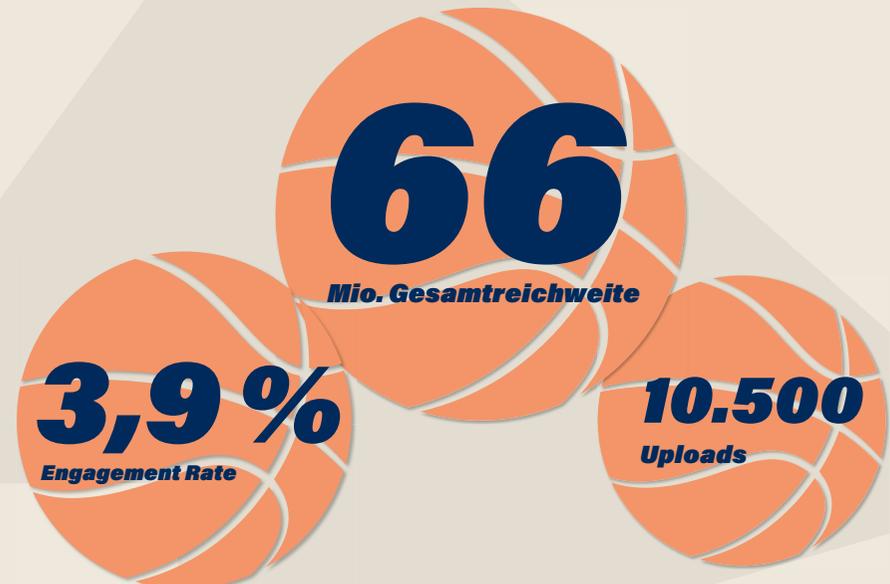
TEAM VERGLEICH
HAKRO MERLINS CRAILSHEIM vs. NINERS CHEMNITZ

TABELLE
easyCredit

PLATZ	TEAM	PUNKTE	REBOUNDS	ASSISTENZ	TURNIER
1	ALBA BERLIN*	34	44	12,4	
2	TELKOM BASKETS BOHN	34	38	13,0	
3	FC BAYERN MÜNCHEN	34	36	13,2	
4	RHP RIESSEN LUDWIGSBURG	34	34	13,4	
5	RATIOPHARM ULM	34	34	13,4	
6	NINERS CHEMNITZ	34	34	13,4	
7	HAMBURG TOWERS	34	34	13,4	
8	BROSE BAMBERG	34	34	13,4	
9	HAKRO MERLINS CRAILSHEIM	34	34	13,4	

WOW ZONE
Heute, 19:00 Uhr
LIVE BEI TWITCH

SOCIAL-MEDIA-PERFORMANCE DER EASYCREDIT BBL

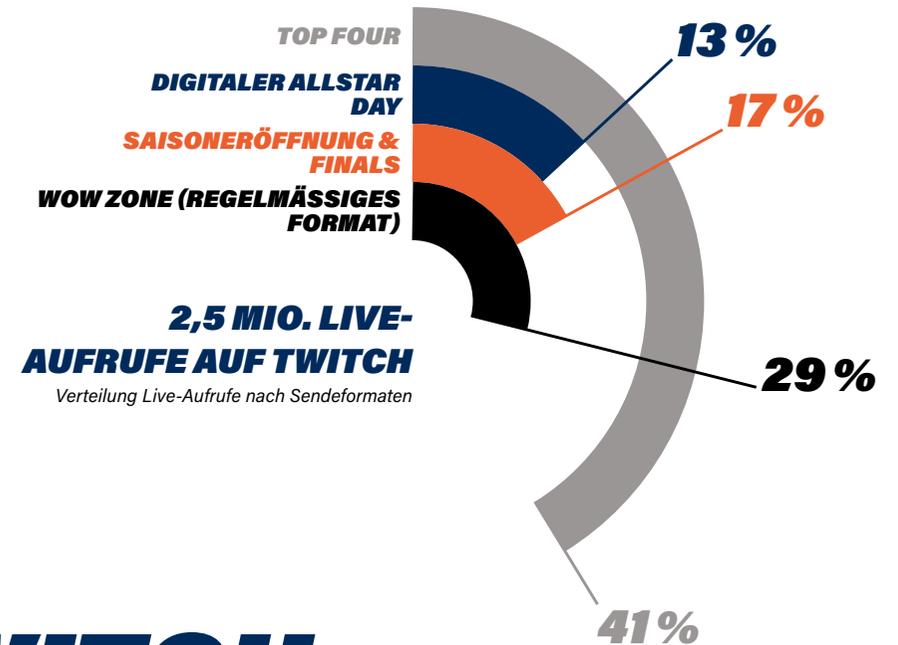


MIT **TWITCH** NEUE ZIELGRUPPEN GEWINNEN

Als erste deutsche Profisportliga hat die easyCredit BBL Anfang 2021 einen eigenen Channel auf der Plattform Twitch gestartet. Die Partnerschaft mit dem frei zugänglichen Streamingdienst ist ein zentraler Bestandteil der Medien- und Digitalisierungsstrategie der Liga. Als vorrangiges Ziel haben wir die Erweiterung von Markenkontaktpunkten auf digitaler Ebene festgeschrieben. So wollen wir langfristig neue Zielgruppen für die easyCredit BBL, ihre Clubs und Partner gewinnen.

Twitch ist ein weiterer, zusätzlicher Kanal, den wir in unser Portfolio an Kommunikationswegen aufgenommen haben, und folglich kein Ersatz für einen der übrigen Kanäle. Was wir auf Twitch anbieten, ist eine Mischung aus Sport-Content, Unterhaltung und Gaming. Auf diese Weise sollen bestehende ebenso wie neue Fans auf moderne Weise angesprochen werden und noch bessere Möglichkeiten entstehen, mit der easyCredit BBL in Kontakt zu treten.

Als Highlights des bisherigen Sendekonzepts auf Twitch haben sich neben dem regelmäßigen Format „WOW Zone“ insbesondere die großen Events der Liga erwiesen, etwa die Saisonöffnung und die Finals, der digitale ALLSTAR Day und das TOP FOUR. Die Spiele im Rahmen dieser Anlässe wurden teilweise live gezeigt. In der Saison 2021/22 konnten dabei folgende Kennzahlen generiert werden:



TWITCH KPI'S

21

Streams mit 58 Stunden Streaming-Zeit

2,5 Mio.

Live-Aufrufe

1,2 Mio.

Uniques
(einzeln ausgewiesene Zuschauer:Innen im Verlauf der gesamten Saison)

180.000

Watched Hours

im Durchschnitt

3.000

Zuschauer:Innen/Stream

STARKE ZAHLEN DER LIGA

2021/2022

109,6 *MIO. EURO*

UMSATZ ERLÖSTEN DIE 18 CLUBS DER EASYCREDIT BBL TROTZ CORONA-EINSCHRÄNKUNGEN IN DER SAISON 2021/22.

54.222 *PUNKTE*

ERZIELTEN ALLE 18 CLUBS IN DEN 329 SPIELEN DER SAISON 2021/22.

1.300 *PERSONEN*

BOTEN DIE 18 CLUBS INKLUSIVE IHRER NACHWUCHSBEREICHE EINEN ARBEITSPLATZ WÄHREND DER SAISON 2021/22.

50,9 *PROZENT*

ALLER GEMELDETEN SPIELER IN DER SAISON 2021/22 VERFÜGTEN ÜBER EINEN DEUTSCHEN PASS.



MEHR ALS **11** *MIO.*

ZUSCHAUER:INNEN VERFOLGTEN DIE SPIELE DER BASKETBALL BUNDESLIGA IM TV ÜBER DIE MEDIENPARTNER MAGENTA SPORT UND SPORTI.

8 *CLUBS*

VERTRATEN DIE BBL AUF INTERNATIONALEM PARKETT IN DEN VIER UNTERSCHIEDLICHEN EUROPÄISCHEN WETTBEWERBEN.

welcome to
WOW



© **easyCredit Basketball Bundesliga - alle Rechte vorbehalten**

BBL GmbH, Am Kabellager 11-13, 51063 Köln, Tel.: 0221 / 981 77-0, Fax: 0221 / 981 77-99, E-Mail: Info@easyCredit-BBL.de