

LIGAREPORT

2022/2023





Herausgeber

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball Bundesliga
Am Kabellager 11-13
51063 Köln

Mitarbeit (easyCredit BBL)

Peter Behrbohm, Luca Mertz, Sebastiano Provenzano, Matthias Sonnenschein, Moritz Unseld, Manuel Werners

Gestaltung

Speedpool GmbH

Bildnachweise

Ulf Duda: S. 1, 7, 8, 10, 11, 24, 25, 27
Thilo Wiedensohler: S. 3
Martin Vogel: S. 3
Christina Pahnke: S. 3
Alexander Zaborowski: S. 3
Paul Nieber: S. 5
Jörn Wolter: S. 11
Christian Schlüter: S. 15
Luca Mertz: S. 19
Steffen Eirich: S. 21
Daniel Löb: S. 19
Paul Nieber: S. 31
Heiko Becker: S. 36

Geschäftsführer

Dr. Stefan Holz

Mitarbeit (extern)

Gregor Fassbender

Druck

Blattwerk Hannover GmbH

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

Stand

29.02.2024





**4 VORWORT 6 EASYCREDIT BBL 16 SPORTLICHES
24 FINANZEN 30 REICHWEITEN 36 STARKE ZAHLEN**

Sechs Weltmeister von 2023 spielten in der Saison 2022/23 in der easyCredit BBL: Maodo Lo (ALBA BERLIN), David Krämer (Basketball Löwen Braunschweig), Niels Giffey (FC Bayern München Basketball), Johannes Thiemann (ALBA BERLIN), Andreas Obst (FC Bayern München Basketball), Isaac Bonga (FC Bayern München Basketball)

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

was kann es Schöneres geben, als bei der Arbeit am Vorwort für den zweiten Ligareport der easyCredit Basketball Bundesliga erfreut festzustellen: Was war das für eine überraschende, aufregende, unfassbare Basketball-Saison 2022/23. Kurzum: Was war das für eine sensationelle Spielzeit!

- Los geht es mit der **EuroBasket** im September 2022, unmittelbar vor Saisonstart. Die deutsche Mannschaft wird sensationell Dritter und löst im ganzen Land eine Aufbruchsstimmung für den Basketballsport aus. Für uns steht sofort fest: Diesen Schwung wollen wir für die easyCredit BBL bestmöglich nutzen, um unsere Liga noch sichtbarer zu machen.
- Gleich das **Saison-Eröffnungsspiel**, nur zehn Tage nach der EM-Bronzemedaille der Nationalmannschaft, hat sportlich einiges zu bieten. ALBA BERLIN besiegt die Veolia Towers Hamburg. Die Entscheidung in der Mercedes-Benz Arena fällt erst in den Schlussekunden.
- Zum TOP FOUR **um den BBL Pokal** im Februar 2023 kommen Tausende Fans nach Oldenburg, sorgen für ein in wenigen Stunden ausverkauftes Haus an beiden Tagen in der EWE Arena, feiern eine ausgelassene Basketball-Party und sorgen für Festival-Stimmung. Im Finale setzt sich der FC Bayern München Basketball gegen Gastgeber EWE Baskets Oldenburg durch und sichert sich nach 1968, 2018 und 2021 zum vierten Mal den Titel des **Deutschen Pokalsiegers**.
- Die Telekom Baskets Bonn gewinnen im Mai 2023 in Malaga sensationell die **Basketball Champions League** durch einen Finalerfolg gegen

Hapoel Bank Yahav Jerusalem. Die Baskets sind nicht nur das erste deutsche Team, das sich diese wichtige Trophäe im europäischen Basketball sichert, es ist gleichzeitig der erste Titel der Vereinsgeschichte.

- Im Juni 2023 wird ratiopharm ulm **Deutscher Meister**. Auf dem Weg zum Titel schlägt das Team von Coach Anton Gavel den amtierenden Meister ALBA BERLIN, den FC Bayern München Basketball und den frischgebackenen Champions League Sieger, die Telekom Baskets Bonn. Das Team hat dabei in keiner Playoff-Serie Heimrecht. Denn es ist das erste Mal, dass ein Hauptrunden-Siebter Meister wird.
- Und nach wie vor unvergessen: der **WM-Gewinn** unserer Nationalmannschaft im September 2023. Wer kann verdenken, dass ich dieses unvergleichliche Stück Sportgeschichte hier mit aufführe. Denn der Triumph von Manila macht die easyCredit Basketball Bundesliga mit einem Schlag zur **„Liga der Weltmeister“**.

Die Saison 2022/23 war ohne Zweifel eine Spielzeit der außergewöhnlichen Erfolge. Und das Schöne daran: Die easyCredit BBL ist Treiber all dieser positiven Entwicklungen und hat insbesondere zu den internationalen Titeln einen wesentlichen Beitrag geleistet. Dafür reicht schon ein kurzer Blick auf den WM-Titel des Teams um Coach Gordon Herbert und Kapitän Dennis Schröder:

- Alle zwölf Spieler des Weltmeisterteams haben ihr Profidebüt in der easyCredit BBL gegeben und wurden zumeist über mehrere Jahre bei einem BBL Club ausgebildet.

- Die 2012 eingeführte sogenannte „6+6-Regel“ brachte deutlich mehr Spielzeit für einheimische Spieler. In der Folge konnten alle zwölf Weltmeister als junge Profis regelmäßig Erfahrung in entscheidenden Spielsituationen sammeln.
- Weltmeister-Coach Gordon Herbert blickt auf zwölf Jahre als BBL Headcoach in Würzburg, Frankfurt und Berlin zurück.

Eine dermaßen erfolgreiche Spielzeit mit dieser Fülle an beeindruckenden Erfolgen verstehen wir gleichzeitig auch als Verpflichtung, nicht nachzulassen in unserem Bemühen, Sichtbarkeit, Relevanz und letztlich Fangemeinde der easyCredit Basketball Bundesliga weiter zu steigern.

Dafür werden wir – die Clubs, die Liga und alle Mitarbeitenden – weiterhin alles geben.



Dr. Stefan Holz
Geschäftsführer der BBL GmbH



EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL



welcome to
WOW

welcome to
WOW

welcome to
WOW

EASYPREDIT BBL: STRATEGISCHE 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 Ludwigsburg), Marco Baldi (Vizepräsident, Geschäftsführer ALBA BERLIN), Andreas Oettel (Vizepräsident, Geschäftsführer ratiopharm ulm) und Martin Geissler (Vizepräsident, Geschäftsführer SYNTAINICS 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 (u.a. 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 Europe“, 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.

BBL GmbH



Beteiligung		Mitglieder	
Gesellschafter- versammlung	<p>DBB</p> <p>26 % 74 %</p> <p>AG BBL e.V.</p>	<p>DBB</p> <p>1 3</p> <p>AG BBL e.V.</p>	Aufsichtsrat

Präsidium

AG Basketball Bundesliga e. V.
Saison 2022/23



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. Die beiden Teams, die nach Abschluss der Hauptrunde die Plätze 17 und 18 belegen, steigen sportlich ab. Deutscher Meister 2023 wurde ratiopharm ulm.

Zur **Saison 2023/24** wurden im Anschluss an die Hauptrunde **Play-Ins für die Plätze 7-10** eingeführt.



**DEUTSCHER
MEISTER 2023
RATIOPHARM ULM**

HAUPTRUNDE

- **Die Playoff- und Abstiegsentscheidungen fallen erst am letzten Spieltag.** Die Telekom Baskets Bonn werden mit bester Saison der Vereinsgeschichte und nur zwei Niederlagen Hauptrundenmeister
- **Sportliche Absteiger:** FRAPORT SKYLINERS (17.) und medi bayreuth (18.)
- **MVP der Hauptrunde:** TJ Shorts II: 18,3 Punkte, 7,6 Assists, 3,2 Rebounds (34 Spiele)
- **Weitere Awards**
Coach of the Year
 Tuomas Iisalo
 (Telekom Baskets Bonn)
Offensive Player of the Year
 DeWayne Russell
 (EWE Baskets Oldenburg)
Defensive Player of the Year
 Selom Mawugbe
 (ROSTOCK SEAWOLVES)
Bester U22-Spieler
 Malte Delow (ALBA BERLIN)

PLAYOFFS



1. DEUTSCHE MEISTERSCHAFT VON RATIOPHARM ULM

Erstmals gewinnt der Siebtplatzierte der Hauptrunde die Meisterschaft ohne Heimvorteil in allen Runden, Seriensiege gegen den amtierenden Meister (ALBA BERLIN), Pokalsieger (FC Bayern München Basketball) und Champions League Sieger (Telekom Baskets Bonn).

Finals MVP
 Yago dos Santos
 16,8 Punkte, 7,0 Assists,
 4,5 Rebounds (4 Spiele)



POKAL



DEUTSCHER POKALSIEGER 2023 FC BAYERN MÜNCHEN BASKETBALL

Seit der Saison 2017/18 wird der 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 2023 fand am 18. und 19. Februar in der EWE Arena in Oldenburg statt. Deutscher Pokalsieger 2023 wurde der FC Bayern München Basketball. In dieser Form kam der Pokal-Modus in der Saison 2022/23 zum letzten Mal zum Tragen. Ab der Saison 2023/24 wird der BBL Pokal mit 24 teilnehmenden Teams ausgespielt (inkl. 6 Teams aus der 2. Liga).

TOP FOUR 2023

- **Teilnehmer**
EWE Baskets Oldenburg,
MHP RIESEN
Ludwigsburg, ALBA
BERLIN, FC Bayern
München Basketball
- **Ausverkauftes
Basketballfest**
Mit 12.000 Besuchern über
beide Tage. Halbfinale:
FC Bayern München
Basketball gewinnt
mit 83:77 gegen ALBA
BERLIN, EWE Baskets
Oldenburg gewinnen 92:86
gegen die MHP RIESEN
Ludwigsburg
- **Finale**
FC Bayern München
Basketball wird Deutscher
Pokalsieger durch einen
90:78-Erfolg über die
EWE Baskets Oldenburg
- **TOP FOUR MVP**
Nick Weiler-Babb
(FC Bayern München
Basketball)

EUROPÄISCHE WETTBEWERBE

- **Turkish Airlines EuroLeague**
ALBA BERLIN und FC Bayern München Basketball
ALBA BERLIN wird 15. der Hauptrunde, gefolgt vom FC Bayern München Basketball (16. der Hauptrunde).
- **7Days EuroCup**
ratiopharm ulm und Veolia Towers Hamburg
Beide Teams erreichen als 3. bzw. 8. ihrer jeweiligen Gruppen die Playoffs.
Hamburg verliert das Do-or-Die-Achtelfinale gegen Prometey Slobozhanske (UKR) mit 79:87.
Ulm gewinnt das Achtelfinale gegen Budocnost VOLI Podgorice (MNE) und verliert im Viertelfinale gegen Turk Telekom Ankara mit 76:86.
- **Basketball Champions League**
Telekom Baskets Bonn und MHP RIESEN Ludwigsburg direkt qualifiziert, NINERS Chemnitz und Brose Bamberg scheiden in der Qualifikation aus.
Die Telekom Baskets Bonn gewinnen mit nur zwei Niederlagen den ersten Titel ihrer Vereinsgeschichte und holen die Basketball Champions League nach Bonn. Dabei siegen die Bonner im Halbfinale gegen Final Four Ausrichter Unicaja Malaga (ESP) und erkämpfen sich einen 77:70-Erfolg im Finale gegen Hapoel Bank Yahav Jerusalem (ISR). TJ Shorts II wird MVP der Regular Season und der Final Four.
MHP RIESEN Ludwigsburg verlieren nach erfolgreicher Gruppenphase in den Play-Ins gegen Limoges CSP (FRA).
- **FIBA Europe Cup**
Brose Bamberg, NINERS Chemnitz, HAKRO Merlins Crailsheim, BG Göttingen scheidet in der Qualifikation aus.
Brose Bamberg verliert im Viertelfinale gegen BC Kalev (EST).
NINERS Chemnitz und HAKRO Merlins Crailsheim scheiden nach erfolgreicher erster Gruppenphase in der zweiten Gruppenphase aus.



BRAND REFRESH: UMPOSITIONIERUNG DER LIGA-MARKE IST ERFOLGREICH

„Deutscher Basketball ist endlich sexy“. So titelte die Süddeutsche Zeitung im September 2023 nach dem großartigen Triumph der Nationalmannschaft. Gewiss, auch die easyCredit Basketball Bundesliga profitiert enorm vom Erfolg in Manila. Jedoch war sich die easyCredit BBL bereits lange vor dem Titelgewinn der Nationalmannschaft ihrer Aufgabe bewusst, aktiv an der Weiterentwicklung und Attraktivität des Basketballsports in Deutschland zu arbeiten. Unter anderem identifizierte sie bereits 2019 als wichtigen strategischen Hebel, die Liga auf Markenebene zeitgemäß und neu zu positionieren. Verzögert durch Corona und nach entsprechender Vorbereitung starteten erste Umsetzungen der neuen Positionierung in der Saison 2021/22. Das Ende der Spielzeit 2022/23 erlaubte es, eine erste Bilanz zu ziehen.

Der deutsche Basketball ist endlich sexy und die Sportart per se cool – doch gilt das auch für die easyCredit Basketball Bundesliga? Absolut. Denn das Erlebnis easyCredit BBL, getragen durch den Claim „Welcome to WOW“ als zentralem Markenversprechen, steht im Zentrum einer umfassenden Kommunikations- und Markenarbeit, die ein übergeordnetes Ziel verfolgt: über die klare Verortung und Differenzierung der Marke BBL die Einzigartigkeit des deutschen Profibasketballs herauszustellen. Konsequenterweise lautet das Manifest:

„Wer je ein Spiel der easyCredit Basketball Bundesliga erlebt hat, ist hyped. Basketball ist mehr als Sport. Es ist begeisterndes Sportainment. Sport und Entertainment verschmelzen in den Arenen der BBL miteinander. Wir stehen für spannende Spiele in atemberaubender Intensität und spektakuläre Aktionen im Wettbewerb um Meisterschaft und Pokal. Die mitreißende Event-Atmosphäre und eine erstaunliche Nähe zum Spielgeschehen sowie coole Typen, die für den einzigartigen Lifestyle des Basketballs stehen, formieren sich zu einem riesigen Unterhaltungswert, den wir den Interessierten über alle relevanten Kanäle zugänglich machen. Willkommen in der easyCredit Basketball Bundesliga – Welcome to WOW.“

In der grundlegenden Überarbeitung ihrer Marke setzt die easyCredit BBL auf zeitgemäße digitale Aktivierung und spezifischen Content für die unterschiedlichen digitalen Kommunikationskanäle. Es wurden zudem zielgerichtet digitale Media-Kampagnen durchgeführt, um als Absendermarke affine Zielgruppen zu erreichen.

Dem neuen, ganzheitlich überarbeiteten Brand Design und dem regelmäßigen unterhaltsamen Content fällt eine zentrale Rolle zu, um neue Assoziationen mit der easyCredit BBL hervorzurufen. Die Liga und ihre Clubs sollen verstärkt zwischen den Spieltagen über digitale Produkterfahrungen definiert und entwickelt werden. So soll den Anforderungen des veränderten digitalen Mediennutzungsverhaltens und den Erwartungen der Interessierten Rechnung getragen werden.

Nach erfolgter Transformation mit den vielfältigen Anwendungen und Maßnahmen bestätigt die Wirkungsforschung eine erfolgreiche erste Phase der Umpositionierung.

- Das Image der Liga wird in der regelmäßigen repräsentativen Marktforschung über das Institut Appinio zunehmend positiver bewertet. In den ersten beiden Jahren des Brand Refrehs stieg der Wert seit der – bereits guten – Nullmessung (4,5) auf den Wert 4,8 bei der letzten Welle (6er-Skala, 4 = eher positiv, 5 = positiv, 6 = sehr positiv).
- Außerdem wurde über Appinio die Zustimmung zu den neuen Markenattributen der Liga sowie zu generellen Aussagen über die BBL abgefragt. Es ließ sich über den Zeitverlauf eine signifikante Erhöhung der Zustimmung der neuen Markenwerte bei Basketballinteressierten in Deutschland feststellen. Von 4,1 bei der Nullmessung stieg der Wert auf 4,6 (4 = Stimme eher zu, 5 = Stimme zu und 6 = Stimme voll und ganz zu).

Die Auswahl der Attribute, die im Zuge der Umpositionierung fokussiert wurden, anstatt wie zuvor nur auf Spannung als alleinigen Differenziator zu setzen, wurde bestätigt. Die neu ergänzten Attribute sind ihrerseits nicht künstlich, sondern waren schon bisher Teil der BBL-DNA. Die Marktforschung macht deutlich, dass die gewählten Maßnahmen zum Brand Refresh erfolgreich beitragen.

- Und auch das Interesse an der Liga ist nach dem Einbruch während der Pandemie – der den gesamten Sport betroffen hat – nicht nur wieder auf das Vorniveau gestiegen, sondern auf einen neuen Topwert. 20 Prozent der deutschen Bevölkerung „interessieren sich“ bzw. „interessieren sich sehr“ für die easyCredit BBL (Nielsen Sports, Interesse Top2Box, repräsentativ für 54 Mio. Deutsche im Alter von 16 bis 65 Jahren).



TRIPLE DOUBLE 2032

Die Zeichen stehen auf Wachstum: Die easyCredit Basketball Bundesliga (BBL) will mit der Strategie Triple Double 2032 in den kommenden Jahren ihre Erfolgsgeschichte ausweiten. Die easyCredit BBL soll noch attraktiver, reichweitenstärker und finanziell noch besser aufgestellt werden – erreicht durch eine Verdopplung der drei relevanten Erfolgstreiber.



1

Die Attraktivität der Liga wird bis 2032 gesteigert

Dafür wird unter anderem ab der Saison 2023/24 der Playoff-Modus durch die Einführung der Play-Ins geändert (Playoff-Garantie nur für die Plätze 1–6, die Plätze 7–10 spielen drei Single-Elimination-Games um den Einzug in die Playoffs).

Der BBL Pokal wird ab der Saison 2023/24 durch die Teilnahme von ProA-Clubs erweitert.

Die Ausbildung lokaler Bundesligaspieler wird durch höhere finanzielle Anreize gefördert.

Der internationale Erfolg deutscher Clubs in Europa sowie der Erfolg der Nationalmannschaft soll weiterwachsen. Dadurch soll die Liga auch international attraktiver wahrgenommen werden. Hierfür wird eine Scorecard entwickelt, anhand derer der sportliche Erfolg beurteilt wird.

2

Die Basis der BBL wird unter anderem durch eine Verdopplung der medialen Reichweite bis 2032 gesteigert

Die Basis soll über zwei Ebenen verdoppelt werden: die mediale Reichweite und die Aktiven-Reichweite.

Mediale Reichweite: In den relevanten Kanälen Pay TV, TV generell, Websites und Social Media soll die Reichweite der Clubs und der Liga verdoppelt werden.

Aktiven-Reichweite: Unter dem Motto „Eine von 15.000“ soll bis 2032 an allen 15.466 Grundschulen in Deutschland (Stand 2022) ein mindestens jährliches Basketballangebot stattfinden. Dieses Ziel soll gemeinsam mit dem DBB, der BARMER 2. Basketball Bundesliga, der Toyota DBBL und den Landesverbänden erreicht werden. Ebenso soll in den Bereichen KiTa, regionale Entwicklung und Vereinsmitglieder eine Verdopplung erreicht werden. Hier werden im Rahmen der BBL Nachhaltigkeitsstrategie und Lizenzierung verpflichtende Inhalte und Standards verankert und zentrale Programme etabliert.

3

Die Clubbudgets werden bis 2032 verdoppelt

Der Mindestetat der einzelnen Clubs wird von aktuell drei Millionen Euro schrittweise auf sechs Millionen Euro bis 2032 angehoben.

Ab der Spielzeit 2032/33 wird die Mindestkapazität der Spielstätten auf 4.500 angehoben. Gleichzeitig soll das Fassungsvermögen mindestens 1% pro angefangene 100.000 Einwohner:innen betragen. So muss ein Club in einer Stadt mit 550.000 Einwohner:innen also eine Halle mit mindestens 6.000 Plätzen vorweisen. Gedeckelt wird diese Vorgabe bei einer Gesamtkapazität von 7.000. Die genannten Mindestkapazitäten können dabei rechnerisch auch durch eine entsprechende Anzahl von „Eventspielen“ in einer größeren Halle erreicht werden.

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES



ALLE TEAMS, ALLE ZAHLEN

	Spiele	erzielte Punkte	erzielte FW (Versuche)	erzielte 2er (Versuche)	erzielte 3er (Versuche)	Rebounds	Rebounds defensiv	Rebounds offensiv	Assists	Ballverluste	Steals	Blocks
 ALBA BERLIN	38	3.319	581 (757)	775 (1.319)	396 (1.045)	1.461	1.022	439	837	588	271	131
 Basketball Löwen Braunschweig	34	2.725	472 (645)	690 (1.246)	291 (913)	1.213	789	424	562	498	237	94
 BG Göttingen	37	3.108	625 (757)	712 (1.313)	353 (995)	1.215	854	361	619	472	219	50
 Brose Bamberg	34	2.996	518 (637)	696 (1.238)	362 (970)	1.212	827	385	651	429	206	56
 EWE Baskets Oldenburg	37	3.163	622 (795)	765 (1.390)	337 (1.024)	1.368	890	478	660	493	279	58
 FC Bayern München Basketball	40	3.280	636 (821)	734 (1.341)	392 (1.091)	1.456	1.008	448	652	532	285	96
 FRAPORT SKYLINERS	34	2.726	429 (568)	607 (1.130)	361 (981)	1.079	777	302	601	446	213	91
 HAKRO Merlins Crailsheim	34	2.879	496 (646)	647 (1.162)	363 (982)	1.154	833	321	591	440	218	97
 medi bayreuth	34	2.805	553 (750)	577 (1.103)	366 (968)	1.125	756	369	597	489	234	83
 MHP RIESEN Ludwigsburg	40	3.415	624 (838)	755 (1.442)	427 (1.286)	1.464	945	519	704	496	277	94
 MLP Academics Heidelberg	34	2.976	562 (698)	661 (1.135)	364 (1.060)	1.177	805	372	573	449	193	83
 NINERS Chemnitz	37	3.067	621 (822)	686 (1.205)	358 (1.082)	1.294	886	408	766	509	246	59
 ratiopharm ulm	45	3.994	743 (1.003)	835 (1.445)	527 (1.479)	1.608	1.105	503	870	615	372	142
 ROSTOCK SEAWOLVES	34	2.857	609 (785)	650 (1.254)	316 (866)	1.216	887	329	628	492	227	116
 SYNTAINICS MBC	34	2.881	482 (627)	727 (1.336)	315 (886)	1.159	801	358	594	458	273	78
 Telekom Baskets Bonn	44	3.907	645 (882)	944 (1.585)	458 (1.310)	1.749	1.140	609	846	563	337	122
 Veolia Towers Hamburg	34	2.751	501 (736)	729 (1.356)	264 (786)	1.240	838	402	618	539	235	60
 Würzburg Baskets	34	2.752	467 (644)	751 (1.432)	261 (709)	1.102	734	368	483	446	307	91
easyCredit BBL Gesamt	329	55.601	10.186 (13.411)	12.941 (23.432)	6.511 (18.433)	23.292	15.897	7.395	11.852	8.954	4.629	1.601

erzielte Punkte Einheimische	erzielte FW (Versuche) Einheimische	erzielte 2er (Versuche) Einheimische	erzielte 3er (Versuche) Einheimische	Rebounds Einheimische	Rebounds defensiv Einheimische	Rebounds offensiv Einheimische	Assists Einheimische	Ballverluste Einheimische	Steals Einheimische	Blocks Einheimische	Durchschnittsalter Kader*	Trainer Verweildauer**
1.480	265 (336)	303 (498)	203 (561)	588	432	156	369	245	105	39	27,45	 6
1.576	287 (406)	391 (721)	169 (582)	642	454	188	266	307	137	62	28,11	 2
768	145 (174)	217 (363)	63 (161)	279	165	114	108	117	39	12	27,13	 3
1.051	140 (164)	190 (340)	177 (420)	414	302	112	182	120	58	13	30	 2
745	124 (171)	150 (260)	107 (303)	294	174	120	83	94	83	24	27,21	 1
1.227	196 (244)	235 (445)	187 (488)	520	375	145	218	167	96	36	30,32	 3
865	165 (211)	164 (308)	124 (488)	264	201	63	169	144	64	25	28,45	 1
779	109 (141)	125 (236)	140 (392)	316	233	83	178	126	73	17	27,5	 2
694	127 (191)	132 (237)	101 (265)	270	195	75	154	135	46	19	28,69	 1
1.015	193 (268)	237 (445)	116 (339)	478	324	154	142	138	101	27	27,13	 5
688	145 (179)	123 (227)	99 (282)	239	161	78	154	118	47	14	30	 1
1.344	270 (373)	384 (603)	102 (328)	591	392	199	256	204	110	30	28,65	 8
1.365	225 (303)	231 (395)	226 (600)	468	319	149	263	159	133	27	25,65	 1
421	88 (105)	99 (180)	45 (118)	169	116	53	59	55	26	10	28,78	 3
1.067	205 (278)	290 (537)	94 (271)	433	278	155	175	150	81	45	29,84	 2
1.284	155 (231)	320 (530)	163 (439)	624	387	237	256	187	114	54	28	 2
878	150 (265)	217 (364)	98 (319)	418	272	146	91	132	56	31	26,45	 1
496	84 (152)	137 (282)	46 (142)	303	209	94	64	100	67	13	29,12	 1
17.743	3.073 (4.192)	3.945 (6.971)	2.260 (6.344)	7.310	4.989	2.321	3.187	2.698	1.436	498	28,25	2,5 Ø

* Stichtag 01.07.2022

** ununterbrochene Verweildauer des Trainers im Club zu Saisonbeginn in Jahren (Profikader als HC oder AC)

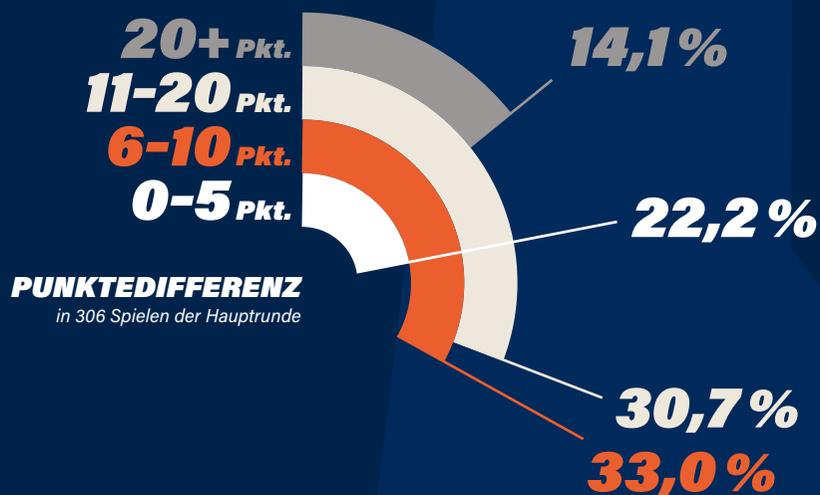
SPIELE, SPIELER, TRAINER

In der Saison 2022/23 haben insgesamt 329 Spiele stattgefunden, davon 306 Hauptrundenspiele und 23 Playoff-Partien. Die Heimteams holten in 178 Hauptrundenspielen den Sieg (58,2%), 128 Mal (41,8%) ging das Gastteam als Sieger vom Feld. 16 der 306 Hauptrundenbegegnungen wurden in der Verlängerung entschieden, vier davon erst nach der zweiten Verlängerung.

Im Schnitt wurden die 306 Spiele der Hauptrunde mit einer Differenz von 11,78 Punkten entschieden. Der Großteil der Spiele ging mit 6–10 Punkten Differenz zu Ende (101 Partien). Besonders spannend verliefen über 20 Prozent der Spiele (68), sie wurden mit maximal fünf Punkten Unterschied entschieden. Erfolge mit mehr als 20 Punkten Differenz waren am seltensten, nur 43 Partien (14,1%) gingen so deutlich aus. Die übrigen 94 Spiele wurden mit einer Differenz von 11–20 Punkten entschieden (30,7%).

Drei Partien wurden gar mit 40 oder mehr Punkten gewonnen. **Den höchsten Saisonsieg errangen die Telekom Baskets Bonn mit 44 Punkten plus gegen medi bayreuth.**

In den Playoffs hat der Heimvorteil keine so große Rolle mehr gespielt. So konnte in 23 Playoff-Paarungen nur zwölf Mal das Heimteam als Sieger vom Feld gehen, elf Mal gewann der Gast. Besonders hervorzuheben ist dabei der spätere Deutsche Meister ratiopharm ulm, der fünf seiner sechs Auswärtsspiele in den Playoffs gewinnen konnte.



Sechs Spiele wurden mit weniger als fünf Punkten entschieden, insgesamt ging jedoch nur ein Spiel in den Playoffs in die Verlängerung.

Fünf Spiele wurden mit mehr als 20 Punkten Differenz gewonnen (21,7%). Weitere fünf Spiele endeten mit 6–10 Punkten Differenz und die restlichen Partien wiesen eine Differenz von 11–20 Punkten aus (30,4%).

177

EINHEIMISCHE SPIELER

338 Spieler wurden während der Saison 2022/23 für den Spielbetrieb der Basketball Bundesliga in Deutschland gemeldet. Das entspricht 18,8 Spielern pro Club. Über die Hälfte der gemeldeten Akteure (177) besitzt einen deutschen Pass. Die nachfolgend stärkste Nation waren die USA mit 96 Spielern. Auf Rang drei folgte mit nur noch sieben Spielern Litauen. Insgesamt wurden Spieler aus 38 Nationen gemeldet.

12

NATIONEN

Vielfalt auch auf der Headcoach-Position: Aus insgesamt zwölf unterschiedlichen Nationen stammten die Headcoaches zum Saisonstart 2022/23. Fünf Headcoaches haben einen deutschen Pass, drei Trainer stammen aus Spanien; auch zwei finnische Trainer trugen Verantwortung in der Liga, die Brüder Tuomas und Joonas Iisalo.

Im Durchschnitt waren die Trainer zu Saisonbeginn seit 2,5 Jahren in ihrem Club angestellt. In der Liga selbst waren sie sogar seit 4,7 Jahren aktiv. Damit haben einige Trainer die Liga über mehrere Jahre mitgeprägt.

NACHWUCHS FÖRDERN

Seit der Saison 2008/09 unterstützt der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. Nachwuchsprojekte in ganz Deutschland.

Von Beginn an waren die jeweiligen Clubs der easyCredit BBL Mitglieder der Institution. In der Saison 2011/2012 traten auch alle Clubs der BARMER 2. Basketball Bundesliga bei. In diesem Kontext führt der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. ein Qualitätsmanagement durch (Zertifizierung), bietet zwei Trainerausbildungen an, und incentiviert die an der Ausbildung von BBL Spielern beteiligten Vereine (Ausbildungsprämie).

Zertifizierung

Die Zertifizierung wurde zur Saison 2022/2023 überarbeitet. Sie dient weiterhin als zentrales Instrument zur Standort(-weiter-)entwicklung. Die Nachwuchs-Zertifizierung der BBL Clubs orientiert sich exemplarisch an der Entwicklung einer möglichst idealen Spielerkarriere. Diese beinhaltet die Kategorien der Bindungsphase, der Entwicklungsphase, der Höchstleistungsphase sowie der dazugehörigen Rahmenbedingungen. Die Bewertung erfolgt unter Berücksichtigung der standortspezifischen Gegebenheiten. Zum Abschluss des dreitägigen Vor-Ort-Besuchs erhalten die Clubs ein dezidiertes Feedback zu ihrer Arbeit im Nachwuchsbereich. Dieses bezieht sich sowohl auf die nachhaltige Entwicklung der Region, den Freizeitsport und die Schule als auch auf den Nachwuchsleistungssport. In der Saison 2022/23 besuchte das Zertifizierungsteam im Rahmen eines rollierenden

Systems neun easyCredit BBL Clubs: Telekom Baskets Bonn, EWE Baskets Oldenburg, Veolia Towers Hamburg, Basketball Löwen Braunschweig, MHP RIESEN Ludwigsburg, MLP Academics Heidelberg, NINERS Chemnitz, SYNTAINICS MBC, ROSTOCK SEAWOLVES. Alle besuchten Clubs erhalten für die Saisons 2022/23 und 2023/24 eine projektgebundene Förderung.

Nachwuchskongress

Am 26. und 27. Mai 2023 fand in Oberursel erstmals der Nachwuchskongress des Deutschen Basketball Ausbildungsfonds e.V. statt.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen die Ausrichtung und weitere Entwicklung des Nachwuchsbasketballs in Deutschland. Über 100 teilnehmende Trainer:innen, Nachwuchsleiter:innen, Geschäftsführende und ehemalige Profispieler tauschten sich über zwei Tage lang in Vorträgen, Panels und Workshops aus. Das Spektrum reichte von Spitzensport und Strategie, Nachwuchsleistungssport über Mini- und Schulbasketball bis hin zu Wissensmanagement, Personalentwicklung, Kaderplanung und Organisationsstruktur in den Profiligen. Darüber hinaus wurde der Schulterschluss zwischen Profi-/Leistungs- und Freizeitsport des Basketballs in Deutschland vorangetrieben.



Trainer:innenausbildung

Neben der Spielerausbildung organisiert der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. zwei Trainer:innenausbildungsprogramme: die Nachwuchstrainerausbildung (NTA) für Trainer:innen im Jugendleistungssport sowie die mit dem Deutschen Basketball Bund gemeinsam durchgeführte Minitrainer-Offensive (MTO) für Trainer:innen im Minibereich.

Bis zur Saison 2022/23 durchliefen insgesamt 75 Personen die Nachwuchstrainerausbildung. 67 der Absolvent:innen (89,33 Prozent) sind nach wie vor hauptamtlich als Trainer:innen im Jugend- und Profibereich in Deutschland oder im Ausland tätig. Ziel der Minitrainer-Offensive ist es, Trainer:innen im Minibereich flächendeckend in Deutschland zu entwickeln. So konnten in ganz Deutschland bisher insgesamt 144 Personen ausgebildet werden.

Ausbildungsprämie

Die Ausbildungsprämien gehen an Amateur- und Proficlubs, die Spieler hervorgebracht haben, die heute im Profi- oder Nachwuchsleistungsbereich aktiv sind. **Das Geld wird nach vier Schlüsseln verteilt, wobei deren Gewichtung die Anteile widerspiegeln, die die beteiligten Clubs an der Ausbildung des jeweiligen Spielers tragen.** Insgesamt wurden in der Saison 2022/23 an 146 Vereine 429.275 Euro ausgeschüttet. Die 18 BBL Clubs erhielten davon insgesamt 215.682 Euro.



Die Bälle markieren die Standorte, an denen ein oder mehrere innerhalb der Minitrainer-Offensive ausgebildete Trainer:innen tätig sind.

39

Bei 39 BBL Leistungsträgern wirkten die 18 easyCredit BBL Clubs an der Ausbildung des Spielers bis in die U19 mit. Ein Spieler kann dabei auch von mehreren Clubs in seiner Jugend ausgebildet worden sein.

	Minuten einheimische Spieler (inkl. LP) in %	Anzahl einheimische eingesetzte Spieler (inkl. LP)	Anzahl einheimische Rollenspieler (>8 Min. pG in der BBL, mindestens 10 Spiele)	Anzahl einheimische Leistungsträger (>15 Min. pG in der BBL, mindestens 10 Spiele)	Anzahl ausgebildete BBL Rollenspieler (Ausbildung bis U19, >8 Min. pG & inkl. aktueller Koop)	Anzahl ausgebildete BBL Leistungsträger (Ausbildung bis U19, > 15 Min. pG & inkl. aktueller Koop)	Anzahl TNA* (inkl. Koop)	Anzahl Mini TNA's* (inkl. Koop)	Basketballangebote in KITAs „KITAs gesamt“	Basketballangebote an Grundschulen „Grundschulen Gesamt“	Zertifizierungsprojekt 2022/23**
BER	47,54	9	0	6	1	6	3.182	1.205	65	199	keine Zertifizierung in 2022/23
BRA	63,34	11	1	6	1	4	1.085	181	0	24	KiTa Basketball
GOT	29,2	7	0	3	2	0	783	132	10	60	keine Zertifizierung in 2022/23
BAM	40,6	6	0	4	1	8	825	264	20	51	keine Zertifizierung in 2022/23
OLD	28,33	6	2	2	1	1	731	96	31	37	KiTa Basketball
FCB	40,72	9	3	3	4	4	730	161	0	64	keine Zertifizierung in 2022/23
FRA	29,44	7	0	2	0	3	2.292	441	7	58	keine Zertifizierung in 2022/23
CRA	35,2	6	0	4	0	0	215	84	5	5	keine Zertifizierung in 2022/23
BAY	32,61	6	4	1	2	1	1.110	244	1	41	keine Zertifizierung in 2022/23
LUD	35,26	8	2	2	1	0	1.771	519	12	75	Leistungssteuerung
HDB	28,34	6	1	2	1	0	449	104	0	25	Grundschulbasketball
CHE	44,6	8	1	4	0	1	617	199	10	43	Spielerentwicklung
ULM	38,83	7	1	3	2	3	1.349	315	1	10	keine Zertifizierung in 2022/23
HRO	19,68	7	1	1	0	0	1.236	767	25	82	Regionalentwicklung
MBC	37	8	0	3	0	0	469	63	2	20	Regionalentwicklung
BON	38,06	6	0	4	1	1	1.369	411	2	50	Spielerentwicklung
HAM	37,05	7	1	3	1	2	477	91	7	52	Spielerentwicklung
WUE	24,94	5	1	2	1	5	671	101	0	34	keine Zertifizierung in 2022/23
	33,26	129	18	55	19	39	19.361	5.378	198	930	

* Teilnehmenden-Ausweise

** Zertifizierung Nachwuchsstandort Gold Silber Bronze

NEZZZNNVVNIE

NEZZZNNVVNIE

FINANZEN

FINANZEN

FINANZEN



BayWa

FCBB	ULM	FCBB	ULM
0	43	0	43
08	41	08	41
39	39	39	39

Aus Inspiration wird Zukunft.

THE BEST RUN SAP

THE BEST RUN SAP

THE BEST RUN SAP

THE BEST RUN SAP

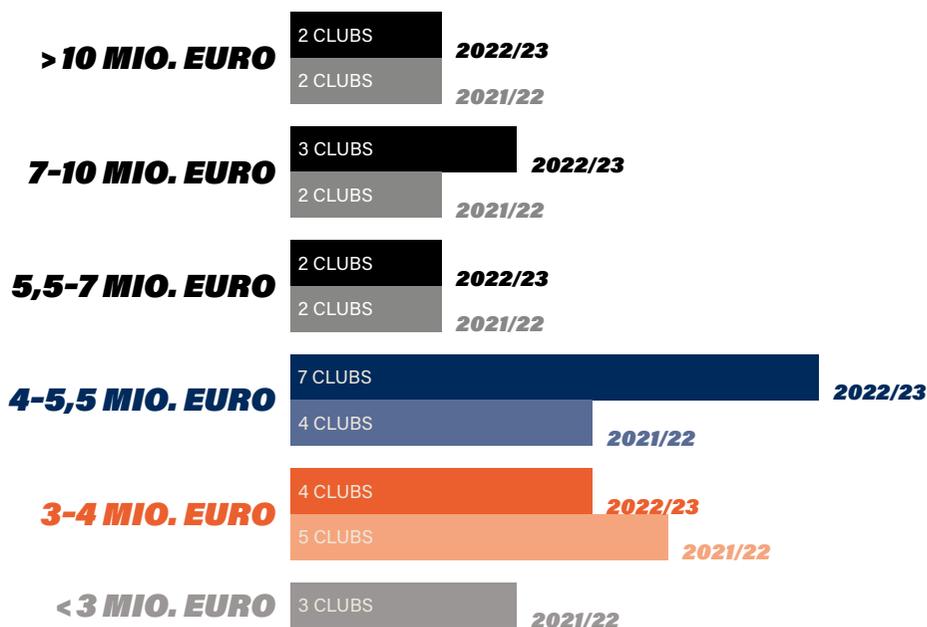
GESAMTUMSATZ DER CLUBS STEIGT

In der Saison 2022/23 konnte der Gesamtumsatz aller 18 Clubs der easyCredit Basketball Bundesliga weiter zulegen und überstieg damit erstmals wieder das Niveau vor der Pandemie (2018/19). Nach drei Saisons mit Spielen ohne Fans konnte die Saison 2022/23 ohne weitere Publikumsbeschränkungen stattfinden.

Infolgedessen zeigt sich auf der Einnahmenseite bei den Ticketing-erlösen die größte Steigerung: 23,5 Millionen Euro erlösten die Clubs 2022/23 im Vergleich zu 13,7 Millionen Euro in der Vorsaison. Den größten Anteil machen weiterhin die Einnahmen aus dem Sponsoring aus: Hier wurden knapp 85 Millionen Euro Erlöst (2021/22: 74,9 Mio. Euro).

Insgesamt konnte jeder der 18 Clubs mindestens 3 Millionen Euro umsetzen. Der Gesamtumsatz aller Clubs stieg auf 127,5 Millionen Euro.

VERTEILUNG UMSATZERLÖSE



127,5 MIO. EURO (2021/22: 109,6)

betragen die Umsatzerlöse der 18 Clubs der easyCredit BBL in der Saison 2022/23.



15,7

10,2 (2021/22)
Zahlungen der AG-Anteile zur Sozialversicherung

32,6

27,2 (2021/22)
AG-Anteile Gesetzliche soziale Aufwendungen, Lohnsteuer, Ertragsteuern



8,3

6,9 (2021/22)
Zahlungen an die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft

STEUERN UND ABGABEN (OHNE UMSATZSTEUER)*



42,5

43,2 (2021/22)
Bilanzsummen aller Clubs



9,5

10,6 (2021/22)
Eigenkapital aller Clubs

EINNAHMEN*

SPONSORING



TICKETS



SONSTIGES



WERBERECHTE



MERCHANDISING



AUSGABEN*

PERSONAL SPORT



KOSTEN SPIELBETRIEB



SONSTIGES



PERSONAL MANAGEMENT



TRANSFERS



* Alle Angaben in Mio. €

PERSONAL



Auch im Personalbereich konnten die 18 Clubs im Vergleich zur Vorsaison weiter zulegen. **1.678 Menschen boten die 18 Clubs zusammen mit ihren Nachwuchsbereichen einen Arbeitsplatz (inklusive Aushilfen und Praktikant:innen).**

Dabei zeigt sich die Tendenz, dass vermehrt Personal in Haupt- oder Teilzeit beschäftigt wurde. Die Zahl der Aushilfen und Praktikant:innen hingegen sank im Vergleich zum Vorjahr leicht.

Profibereich	Anzahl (in 2021/22)
Vollzeit	576 (551)
Teilzeit	387 (110)
Summe	963 (661)
<i>Aushilfen, Praktikant:innen</i>	<i>277</i> (302)

Nachwuchsbereich	Anzahl (in 2021/22)
Vollzeit	140 (142)
Teilzeit	194 (73)
Summe	334 (215)
<i>Aushilfen, Praktikant:innen</i>	<i>104</i> (122)

Summe gesamt	1.678 (1.300)
---------------------	----------------------

DAVON
51,5 %
VERWALTUNG/GESCHÄFTSSTELLE
48,5 %
SPIELBETRIEB

DAVON
29 %
VERWALTUNG/GESCHÄFTSSTELLE
71 %
TRAININGS- UND SPIELBETRIEB



REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN



SEMCO

easy Credit
BBL

4

VIEROL

EWE

FANS STRÖMEN WIEDER IN DIE ARENEN: ÜBER 1,4 MILLIONEN ZUSCHAUER:INNEN

Das Vor-Corona-Niveau ist wieder erreicht: **1.403.712 Zuschauerinnen und Zuschauer besuchten in der Saison 2022/23 die Spiele der easyCredit BBL (2021/22: 764.286)**. Das entspricht einem Plus von 83,7% – wobei berücksichtigt werden muss, dass die Spiele der Vorsaison teilweise noch unter Corona-Beschränkungen stattgefunden haben.

Die 23 Spiele der Playoffs stachen besonders hervor und knackten die Marke von 6.000 Besucher:innen je Spiel (exakt: 6.077). Das entsprach einer Auslastung von 97%.

EASYCREDIT BBL HAUPTRUNDE



EASYCREDIT BBL PLAYOFFS



EASYCREDIT BBL GESAMT (HAUPTRUNDE + PLAYOFFS)



MAGENTA SPORT BBL POKAL



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

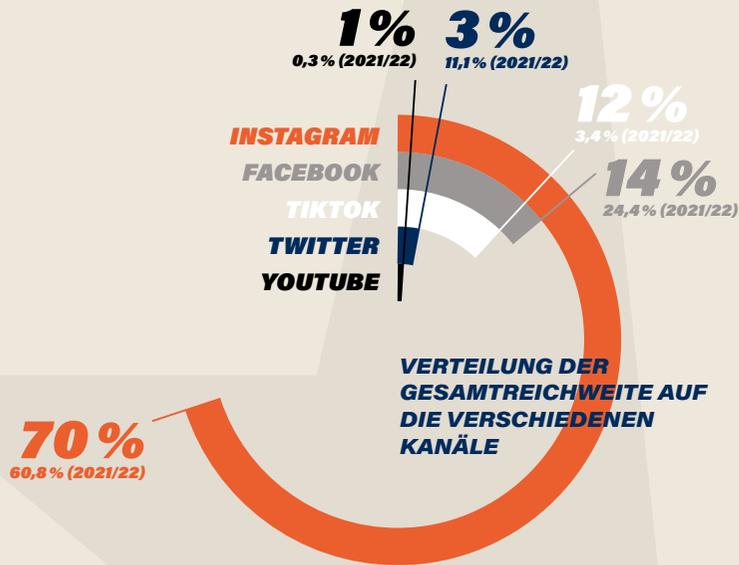
KNAPP 12 MIO.

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

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



SOCIAL-MEDIA-REICHWEITE DER EASYCREDIT BBL MEHR ALS VERDOPPELT



Die Gesamtreichweite kletterte um 138% auf 157 Mio. – und das obwohl die Zahl der Uploads nur um rund 11% auf 11.700 zulegte. Als Haupttreiber des Wachstums erwies sich mit 70% Gesamtanteil der Reichweite insbesondere Instagram. TikTok konnte seinen Aufschwung fortsetzen (Gesamtanteil 12% nach 3% in 2021/22). Darüber hinaus kletterte auch die Summe der Interactions, und zwar von 1,2 Mio. zur Saison 2021/22 auf 3,1 Mio. in der Saison 2022/23. Der Playoff-Zeitraum von knapp sechs Wochen erwies sich dabei als wahrer Boost. 38 Mio. Kontakte bedeuteten rund 24% der Gesamtreichweite bei 2.000 Uploads.

157 MIO.



3,1 MIO.



13.400



11.700



SOCIAL-MEDIA-PERFORMANCE DER EASYCREDIT BBL

■ Saison 2022/23 ■ Saison 2021/22





21,6 MIO.

REACH

900

UPLOADS

24.000

REACH PER UPLOAD

ROAD TO FINALS

Zum wahren Reichweiten-Highlight wurde das neue Content-Format „Road to Finals“, das für rund 57% der gesamten Social-Media-Reichweite in den Playoffs sorgte.

TWITCH KPIS

37 
STREAMS

1,0 MIO.
UNIQUES

Einzel ausgewiesene Zuschauer:innen im Verlauf der gesamten Saison



2,3 MIO.

LIVE-AUFRUFE

140.000

WATCHED HOURS 



IM DURCHSCHNITT

1.400

ZUSCHAUER:INNEN



95

STUNDEN STREAMING-ZEIT

STARKE ZAHLEN DER LIGA



127,5 MIO. EURO

UMSATZ ERLÖSTEN DIE 18 CLUBS DER EASYCREDIT BBL.

55.601 PUNKTE

ERZIELTEN DIE 18 CLUBS IN DEN 329 SPIELEN.

1.678 PERSONEN

BOTEN DIE 18 CLUBS INKL. IHRER NACHWUCHSABTEILUNGEN EINEN ARBEITSPLATZ WÄHREND DER SAISON.

52 PROZENT

ALLER GEMELDETEN SPIELER VERFÜGTEN ÜBER EINEN DEUTSCHEN PASS.

1.128 BASKETBALLANGEBOTE

SCHUFEN DIE 18 CLUBS AN KITAS UND GRUNDSCHULEN FÜR KINDER IN DEUTSCHLAND.

ÜBER
157 MIO.

KONTAKTE KONNTE DIE EASYCREDIT BBL ÜBER IHRE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE ERREICHEN.

welcome to
WOW



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

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