

LIGAREPORT

2023/2024





Herausgeber

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

Mitarbeit (easyCredit BBL)

Peter Behrbohm, David Gerold, Michael Grewelding,
Fabian Hirschhäuser, Hannes Kulok, Luca Mertz,
Sebastiano Provenzano, Matthias Sonnenschein,
Moritz Unseld, Robert Wintermantel

Gestaltung

Speedpool GmbH

Bildnachweise

Christina Pahnke: S. 1, 5, 14
Dennis Fischer: S. 3
Ulf Duda: S. 6, 10, 13
Social Corner: S. 11
Steffen Eirich: S. 14, 16, 39
Dmitrij Zibart: S. 14
Jean-Pierre Brungs: S. 16
Paul Nieber: S. 23
Lukas Adler: S. 26
Daniel Löb: S. 31
Christian Schlüter: S. 34
Tilo Wiedensohler: S. 37
Viktor Meshko: S. 40
Sportbyzz: S. 40

Stand

18.02.2025

Geschäftsführer

Dr. Stefan Holz

Mitarbeit (extern)

Gregor Faßbender

Druck

Blattwerk Hannover GmbH

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



THE REAL RECOVERY



- 4** VORWORT
- 6** EASYCREDIT BBL
- 18** SPORTLICHES
- 28** FINANZEN
- 34** REICHWEITEN
- 40** NOTABLE NUMBERS

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

die Saison 2023/24 hatte es in sich. Und das aus mehreren Gründen. In beiden Wettbewerben, Liga und Pokal, haben wir erstmals die zuvor von den Clubs beschlossenen Änderungen umgesetzt, von denen wir uns eine erhöhte Spannung bis zum letzten Spieltag und insgesamt ein Mehr an Attraktivität des sportlichen Wettbewerbs versprechen. So wurden auf dem Weg zur Meisterschaft die **Play-Ins** eingeführt, bei denen vier Mannschaften auf den Tabellenplätzen sieben bis zehn um die letzten beiden Plätze des Playoffs-Viertelfinals spielen. Die Tabellenplätze eins bis sechs qualifizieren sich wie zuvor direkt für die Playoffs. Und in der Tat ging es am letzten Hinrundenspieltag in acht der neun Partien noch „um etwas“. Außerdem gab es eine **Modifizierung des Pokal-Wettbewerbs**. In einer vorgeschalteten Runde nehmen nun auch sechs Top-Clubs aus der BARMER 2. Basketball Bundesliga ProA teil.

Und natürlich waren da die sportlichen Highlights:

- Der **FC Bayern Basketball gewann das Double**. Den BBL Pokal sicherten sich die Münchner beim heimischen SIEGMUND TOP FOUR gegen keinen Geringeren als den amtierenden Deutschen Meister ratiopharm ulm, den Meistertitel holten sie durch einen 3:1-Finalerfolg gegen ALBA BERLIN.
- In der Liga setzten mit den NINERS Chemnitz, den Würzburg Baskets sowie RASTA Vechta gleich drei Überraschungsteams beeindruckende Akzente und zogen geschlossen in die Playoffs ein. Das spiegelte sich auch in den individuellen Auszeichnungen wider. Würzburgs Aufbauspieler Otis Livingston II wurde zum MVP und besten Offensivspieler der regulären Saison gekürt, sein Teamkollege Javon Bess durfte sich über die Auszeichnung als bester Verteidiger freuen.
- Die **NINERS Chemnitz** holten sich in zwei aufregenden Finalspielen gegen das starke türkische Team Bahcesehir Koleji den **FIBA Europe Cup**. Damit waren die Chemnitzer das sechste deutsche Team, das einen europäischen Wettbewerb gewinnen konnte.

Neben der Fülle an herausragenden sportlichen Leistungen der Teams ist die wirtschaftliche Entwicklung der easyCredit Basketball Bundesliga ebenfalls ein Beleg des eingeschlagenen Weges des Wachstums. **Der Gesamtumsatz aller 18 Clubs kletterte in der Spielzeit 2023/24 auf 148,1 Mio. Euro**. Gegenüber der Vorsaison bedeutet das eine Steigerung um 16,2 % (2022/23: 127,5 Mio. Euro).

Die Saison 2023/24 der easyCredit BBL war zudem auch eine besondere, weil sie Jahr eins nach dem **Wechsel unseres Medienpartners zu Dyn Media** war. Dieser Schritt stellte einen Aufbruch in eine neue Ära dar. Zwar war die easyCredit Basketball Bundesliga in den vergangenen Jahren organisch, also aus sich selbst heraus, ganz ordentlich gewachsen – was auch unserem langjährigen Medienpartner MagentaSport zu verdanken war, dessen Engagement über die insgesamt neun Jahre der Zusammenarbeit ich an dieser Stelle nochmals ausdrücklich herausstellen möchte. Um aber den nächsten großen Schritt nach vorne zu machen, brauchte es ein neues Konzept. Was sich bereits nach der ersten Spielzeit mit Gewissheit sagen lässt: Unsere strategische Entscheidung ist aufgegangen. Die Partnerschaft mit Dyn bringt ein deutliches Mehr an Sichtbarkeit, ein Mehr an Reichweite und ein Mehr an Relevanz. Dyn verschafft uns und unserem Sport dank einer innovativen, kanalübergreifenden Berichterstattung eine größere Öffentlichkeit, wie sie der Basketball in Deutschland noch nicht erlebt hat: packend, nah dran, persönlich – und vor allem täglich. Die enge redaktionelle Verzahnung mit den Medien der Axel Springer Gruppe, allen voran BILD und SPORT BILD, funktioniert hervorragend. Auch die Zweitverwertung von Liveinhalten und Spielbildern im ARD-Verbund hat sich bewährt. Und im Zusammenspiel mit dem frei verfügbaren Bewegtbild-Content, den Clubs, Spieler, Liga, Influencer sowie angeschlossene Medien nutzen können, sichert diese neue Form der Berichterstattung unserer Liga auch unter der Woche eine bisher nicht gekannte durchgehende Aufmerksamkeit, insbesondere in den digitalen und sozialen Medien. Unser Ziel war und ist es, mit Unterstützung von Dyn aus unserer „Blase“ herauszukommen und die Basketball-Community zu verbreitern.

Von unserer strategischen Zielsetzung, flächendeckend Zugang zur Sportart Basketball zu ermöglichen, zeugt die **Grundschuloffensive**. Im April 2024 haben unsere Liga, die BARMER 2. Basketball Bundesliga, die Toyota Damen Basketball Bundesliga sowie vor allem auch der Deutsche Basketball Bund mit allen Landesverbänden die sogenannte Freiburger Erklärung unterzeichnet. Ziel der gemeinsamen Grundschuloffensive ist es, bis zum Jahr 2032 alle Kinder an den mehr als 15.000 Grundschulen in Deutschland substanziell in Kontakt mit dem Basketball-sport zu bringen. Bis jetzt wurden so bereits 1.163 Grundschulen erreicht. Das bedeutet mehr als 110.000 bewegte Kinder. Ich finde: Das ist ein großartiger Erfolg und belegt die Geschlossenheit der gesamten deutschen Basketballfamilie. Die starke Entwicklung bei der Zahl der Vereinsmitglieder bestätigt uns darin, auf dem richtigen Weg zu sein, gerade auch bei den Jüngsten.

Für die kommenden Spielzeiten verspreche ich: Clubs und Liga bleiben bei den angesprochenen Themen und darüber hinaus ambitioniert und wachstumsorientiert.



Dr. Stefan Holz
Geschäftsführer der BBL GmbH





EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

EASYCREDIT BBL

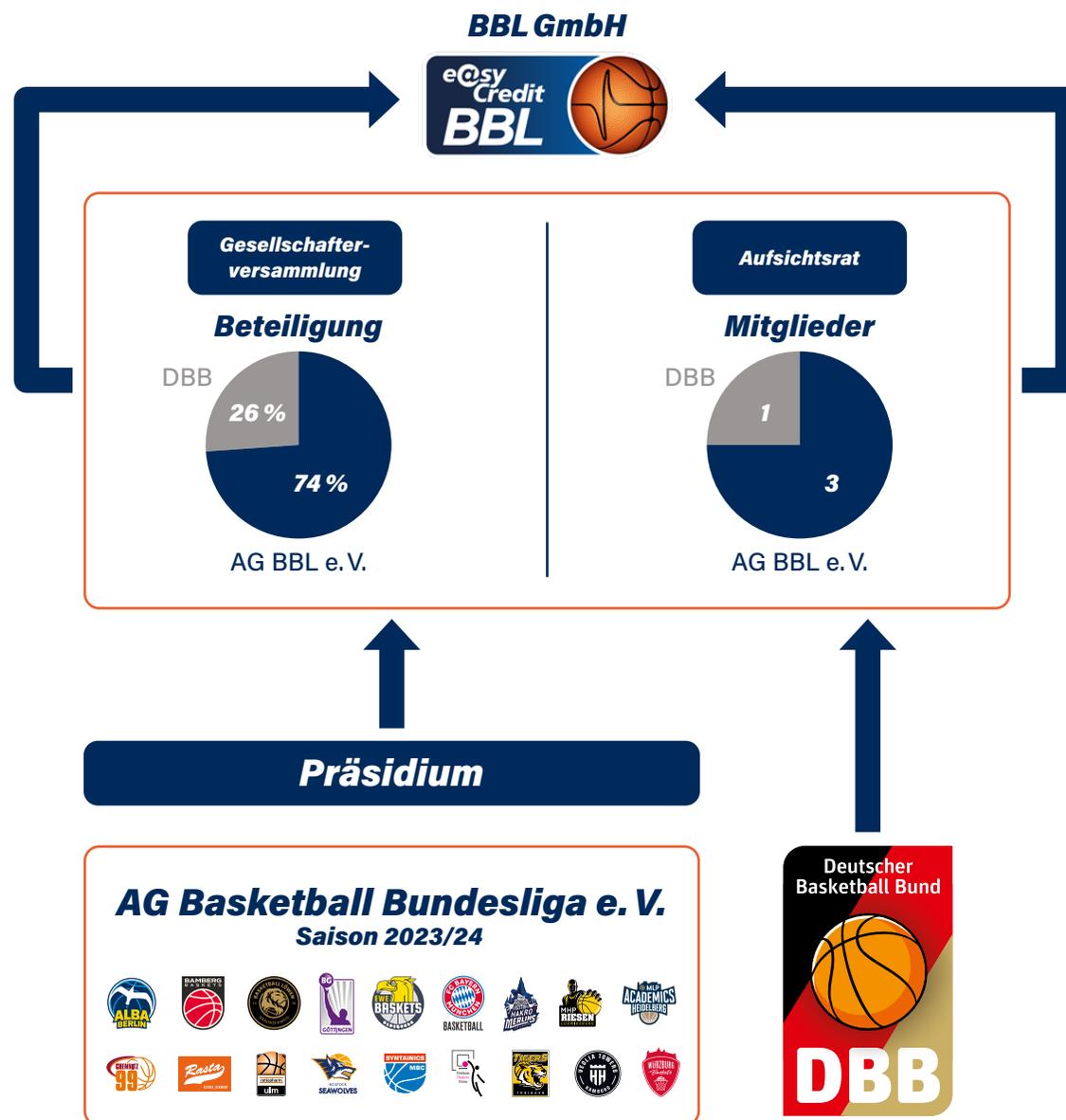
STRUKTUR UND STRATEGIE

Die easyCredit Basketball Bundesliga ist die **Dachorganisation** der 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. Seit der Saison 2016/17 ist die Teambank AG mit ihrer Produktmarke easyCredit Namensgeber und strategischer Partner der Liga. Die Zusammenarbeit läuft bis mindestens zur Saison 2027/28 und bildet damit die längste bestehende Naming-Right-Partnerschaft einer deutschen Sportliga.

Geschäftsführer der BBL GmbH mit Sitz in Köln ist seit dem 1. September 2015 Dr. Stefan Holz. 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).

Die Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Basketball Bund (DBB) und der Liga bei der Organisation des Spitzenbasketballs in Deutschland wird durch einen **Grundlagenvertrag** geregelt. Über diesen hat die BBL GmbH das Recht zur Planung, Entwicklung und Durchführung der Veranstaltungen gepachtet 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 „Abstimmung von Nationalspielern“ oder das Thema „Schiedsrichter und Kommissare“ geregelt.



TRIPLE DOUBLE

Im Jahr 2022 hat die easyCredit Basketball Bundesliga mit ihren Clubs die bis 2032 avisierte 10-Jahres-Strategie „Triple Double“ verabschiedet. Auf Grundlage dieser Strategie sollen die Liga attraktiver, das Gesamtinteresse in der Breite gesteigert und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessert werden. Ziel ist es, diese drei relevanten Erfolgstreiber zu verdoppeln.



1 Attraktivität

Durch Anpassungen in den Wettbewerben (siehe Seite 23) soll die sportliche Attraktivität über mehr und spannendere Spiele weiter gesteigert werden. Darüber hinaus wird die Ausbildung lokaler Bundesligaspieler durch finanzielle Anreize stärker gefördert.

Der Erfolg deutscher Clubs in den internationalen Wettbewerben sowie der Erfolg der Nationalmannschaft soll weiter wachsen.

2 Basis

Auf zwei Ebenen will die easyCredit BBL das Gesamtinteresse am Basketballsport bis 2032 verdoppeln: über die mediale Reichweite sowie über die Anzahl der Basketball-Aktiven, insbesondere im Kinder- und Jugendbereich.

In den relevanten Kanälen TV, Website und Social Media gilt es,

die Reichweite der Clubs und der Liga zu verdoppeln.

Neben den vielfältigen bekannten Basketball-Angeboten sollen insbesondere über die Initiative „Grundschul-Offensive“ bis 2032 mehr Kinder an den Basketballsport herangeführt werden. Konkret soll an allen Grundschulen in Deutschland mindestens ein regelmäßiges Basketballangebot pro Schuljahr stattfinden (siehe Seite 27). Auch in den Bereichen KiTa, regionale Entwicklung und Vereinsmitglieder ist eine Verdopplung geplant.

3 Clubbudgets

Über eine mehrstufige Anpassung wird der Mindestetat der Clubs bis 2032 schrittweise auf sechs Millionen Euro erhöht. Darüber hinaus wird die Mindestkapazität in den Arenen auf 4.500 Plätze angehoben.

MEISTERSCHAFT

Mindestens 43 Spiele benötigt eine Mannschaft, um sich anschließend **Deutscher Meister** nennen zu können.

Dabei stellt den Großteil die **Hauptrunde** mit insgesamt 34 Spielen pro Club. Die beiden Teams, die nach Abschluss der Hauptrunde die **Plätze 17 und 18 belegen, steigen sportlich ab.**

Die Teams auf den Plätzen 1–6 nach der Hauptrunde qualifizieren sich direkt für die **Playoffs**. Die Plätze 7–10 nach der Hauptrunde spielen in drei Entscheidungsspielen in den sogenannten **Play-Ins** die restlichen zwei Playoff-Plätze aus.



**DEUTSCHER
MEISTER 2024:
FC BAYERN BASKETBALL**

HAUPTTRUNDENTABELLE

1		FC BAYERN BASKETBALL
2		ALBA BERLIN
3		NINERS CHEMNITZ
4		RATIOPHARM ULM
5		WÜRZBURG BASKETS
6		RASTA VECHTA
7		TELEKOM BASKETS BONN
8		MHP RIESEN LUDWIGSBURG
9		EWE BASKETS OLDENBURG
10		VEOLIA TOWERS HAMBURG
11		BAMBERG BASKETS
12		BASKETBALL LÖWEN BRAUNSCHWEIG
13		SYNTAINICS MBC
14		BG GÖTTINGEN
15		ROSTOCK SEAWOLVES
16		MLP ACADEMICS HEIDELBERG
17		HAKRO MERLINS CRAILSHEIM
18		TIGERS TÜBINGEN

■ Playoffs

■ Play-Ins

■ Abstieg

PLAYOFFS

In drei Playoff-Runden, Viertelfinale, Halbfinale und Finals, wird der Deutsche Meister ermittelt. Alle Runden werden nach dem Modus „Best of Five“ ausgetragen. Dabei spielen nach einem festen Playoff-Baum, welcher sich aus der Hauptrunde und den Play-Ins ergibt, 8 Teams um die Deutsche Meisterschaft. Das jeweils besser platzierte Team nach der Hauptrunde hat dabei immer zuerst das Heimrecht.

PLAY-INS

In den Play-Ins spielt Platz 7 nach der Hauptrunde mit Heimrecht gegen Platz 8, der Gewinner dieser Begegnung zieht als Siebter in die Playoffs ein. Gleichzeitig spielt Platz 9 gegen Platz 10 der Hauptrunde, der Sieger dieser Partie spielt in einer dritten Begegnung gegen den Verlierer aus dem Duell Hauptrunden-7. Gegen Hauptrunden-8. um den letzten Playoff-Platz 8.

PLAYOFFS

PLAY-INS

- 1 **FCB** 
- 2 **BER** 
- 3 **CHE** 
- 4 **ULM** 
- 5 **WUE** 
- 6 **VEC** 

- 7 **BON** 
- 8 **LUD** 
- 9 **OLD** 
- 10 **HAM** 

PLAYOFFS 2024

PLAY-IN

 **90**

 **69**

 **81**

 **93**

PLAY-IN

 **91**

 **78**

PLAY-IN

1  **3**

8  **1**

WINNER PLAY-IN

4  **1**

5  **3**

2  **3**

7  **0**

WINNER PLAY-IN

3  **3**

6  **1**

VIERTELFINALE

HALBFINALE

FINALE

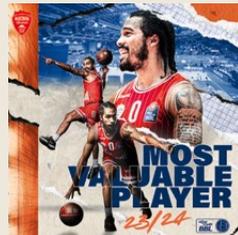
1  **3**

2  **1**



COACH OF THE YEAR

Rodrigo Pastore (NINERS Chemnitz)



MOST VALUABLE PLAYER

Otis Livingston II (Würzburg Baskets)



BESTER U22-SPIELER

Johann Grünloh (RASTA Vechta)



OFFENSIVE PLAYER OF THE YEAR

Otis Livingston II (Würzburg Baskets)



DEFENSIVE PLAYER OF THE YEAR

Javon Bess (Würzburg Baskets)

AWARDS

Neben Meisterschaft und Pokal vergibt die easyCredit Basketball Bundesliga jedes Jahr auch **individuelle Auszeichnungen**. Diese werden im Anschluss an die Hauptrunde durch ausgewählte Medienvertreter sowie die Assistant-Coaches und Kapitäne der Bundesligisten gewählt. Den besten U22-Spieler wählen neben den Assistant-Coaches zusätzlich drei hauptamtliche Bundestrainer des DBB.



MOST VALUABLE PLAYER - FINALS

Carsen Edwards (FC Bayern Basketball)



BBL POKAL

Mit der Saison 2023/24 wurde der BBL Pokal erweitert. In fünf Pokalrunden spielen insgesamt **24 Teams** um den Titel des BBL Pokals.

Neben den **18 Teams aus der easyCredit Basketball Bundesliga** qualifizieren sich **die ersten sechs Teams der Vorsaison aus der BARMER 2. Basketball Bundesliga (Staffel Pro A)** für den Pokalwettbewerb.

In der ersten Pokalrunde spielen dabei die ersten sechs Teams der Pro A und die Plätze 9–18 aus der easyCredit BBL. Die Runde wird aus zwei Töpfen gelost, sodass ein ProA-Team immer mit Heimrecht auf einen Bundesligisten trifft. Hinzu kommen zwei Duelle nur mit Teams aus der easyCredit BBL.

Im Achtelfinale spielen die Gewinner aus der ersten Runde sowie die Mannschaften auf den Plätzen 1–8 aus der Vorsaison in der easyCredit BBL – diese Runde wird komplett frei gelost.

Das anschließende Viertelfinale wird ebenfalls frei gelost.

Zum Abschluss folgt das größte nationale Basketballevent – das **TOP FOUR**. An einem Wochenende spielen vier Teams um den ersten Titel der Saison und die **BBL Pokal Trophäe** in Halbfinale und Finale.

1. POKALRUNDE

Fr. 22.9.2023

 **82**

 **89**

Sa. 23.9.2023

 **79**

 **73**

 **84**

 **76**

 **64**

 **78**

 **81**

 **93**

So. 24.9.2023

 **67**

 **78**

 **85**

 **88**

 **73**

 **81**

ACHTTELFINALE

Do. 12.10.2023

 **101**

 **99**

Sa. 14.10.2023

 **89**

 **64**

 **72**

 **76**

 **79**

 **80**

So. 15.10.2023

 **64**

 **80**

 **98**

 **94**

 **101**

 **73**

 **96**

 **71**

Sa. 9.12.2023

 **87**

 **88**

 **70**

 **85**

 **78**

 **87**

So. 10.12.2023

 **78**

 **86**

VIERTELFINALE

 Pro A-Team (BARMER 2. Basketball Bundesliga)



MVP des
SIEGMUND
TOP FOUR
2024: Sylvain
Francisco
(FC Bayern
Basketball)



HALBFINALE

Sa. 17.2.2024

	62
	81
	79
	87



FINALE

So. 18.2.2024

	81
	65

**DEUTSCHER
POKALSIEGER 2024:
FC BAYERN BASKETBALL**

SIEGMUND TOP FOUR 2024

Unter dem Motto Celebrating German Basketball empfing der FC Bayern Basketball Teams und Fans von ALBA BERLIN, den Bamberg Baskets und ratiopharm ulm in eigener Halle zum Kampf um den ersten Titel der Saison. Zwei Tage, drei Spiele, zwei Mal ausverkaufter BMW Park. Dazu Top-Reichweiten in Social Media, Stream und TV sowie eine Night of Legends am Vorabend. Mehr Basketball und Rahmenprogramm an einem Wochenende geht nicht. Den Titel „Deutscher Pokalsieger 2024“ gewann das Team des Gastgebers und sicherte sich damit zum insgesamt fünften Mal den Pokalsieg.

EUROPA

Turkish Airlines EuroLeague

- FC Bayern Basketball wird 15. der Hauptrunde.
- ALBA BERLIN belegt nach der Hauptrunde Platz 18.

BKT EuroCup

- ratiopharm ulm wird 4. der Hauptrunden-Gruppe B und erreicht die Playoffs. Im Achtelfinale verliert das Team mit 79:88 gegen Joventut Badalona (ESP).
- Veolia Towers Hamburg wird 9. der Hauptrunden-Gruppe A.

Basketball Champions League

- Die Telekom Baskets Bonn werden in beiden Gruppenphasen Erster und erreichen das Viertelfinale. In der Runde der letzten acht scheiden die Bonner mit 1:2 gegen Peristeri (GRE) aus.
- Die MHP RIESEN Ludwigsburg meistern beide Gruppenphasen und erreichen ebenso das Viertelfinale. Hier scheidet das Team mit 0:2 gegen UCAM Murcia (ESP) aus.

FIBA Europe Cup

- **NINERS Chemnitz** gewinnen den ersten Titel ihrer Vereinsgeschichte.
 - Nach zwei erfolgreichen Gruppenphasen gewinnen die NINERS ihr Viertelfinale gegen Zaragoza (ESP) und ihr Halbfinale gegen Bilbao (ESP).
 - In zwei dramatischen Finalspielen bezwingen die NINERS Chemnitz das Team Bahçeşehir College (TUR) kumuliert mit 180:179 und sichern sich so den Titel im FIBA Europe Cup.
 - MVP des Finals wird Kaza Kajami-Keane.
- BG Göttingen gewinnt die erste Gruppenphase, scheidet in der zweiten Gruppenphase als Dritter aus.
- Die ROSTOCK SEAWOLVES scheiden in der ersten Gruppenphase als Dritter aus.



„IN EINE NEUE ÄRA GESTARTET“

Überzeugende erste Saison mit neuem Partner Dyn Media

Die easyCredit BBL zieht nach der **Premiersaison mit dem neuen Medienpartner** ein positives Fazit. Neben der hochwertigen Live-Berichterstattung konnte Dyn insbesondere mit der engen redaktionellen Verzahnung **mit den Medien seiner Reichweitenpartner** punkten und bestach zudem mit seinem Social-Media-Fokus samt „Dyn Content Desk“ zum Austausch für mediale Inhalte zwischen Sender, Liga und Clubs. Dr. Stefan Holz: „Wir haben uns mit Dyn und seinen Partnern für ein **Gesamtkonzept** entschieden, und dieser strategische Ansatz hat eine ganz andere Wahrnehmung der easyCredit BBL bewirkt und ist daher bislang voll aufgegangen.“



DYN

Ziel von **Dyn Media** ist es, für Millionen von deutschen Sportfans, die sich für Ligen und Sportarten jenseits des Fußballs begeistern, ein neues **mediales Zuhause** zu schaffen.

Dyn verfügt über ein **vielfältiges Rechteportfolio**, das sowohl nationale als auch internationale Rechte sowie Frauen- und Männerwettbewerbe abbildet: easyCredit Basketball Bundesliga, BBL Pokal, ING 3x3 Tour, NCAA College Basketball der Männer inklusive March Madness, NCAA College Basketball March Madness Final Four der Frauen, Basketball Champions League, DAIKIN Handball-Bundesliga, 2. Handball-Bundesliga, DHB Pokal, Handball-Bundesliga Frauen, EHF Champions League, EHF European League, Volleyball Bundesliga der Männer und Frauen, DVV-Pokalfinale der Männer und Frauen, Volleyball Ligacup Männer, Volleyball Supercup Frauen, Tischtennis Bundesliga, TTBL-Pokal, Turniere der WTT, Hockey-Bundesliga Damen und Herren.

In der Saison 2023/24 hat Dyn über **2.500 Live-Spiele** übertragen. Das Angebot steht Fans live und auf Abruf in einem Dyn-Abo über Webbrowser, App, Smart-TV und Streaming zu Verfügung.



REICHWEITEN- UND MEDIENPARTNER



Abschied naht

Real ist heiß auf diesen Bundesliga-Star

Bling-Bling-Auftritt vom Weltmeister

Schröder treibt Löwen mit Klatschpappe zum Sieg

Nationalspieler plötzlich umringt

Bei Alba-Sieg! 1000 Kinder stürmen das Parkett

„JAHR EINS“ DER GEMEINSAMEN UMSETZUNG DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Seit der Saison 2023/24 ist die Nachhaltigkeitsstrategie der easyCredit Basketball Bundesliga verbindlich, d.h. ihre Vorgaben sind neben den weiteren Segmenten Sport und Finanzen Teil des Lizenzierungsprozesses. Somit flossen erstmals auch Nachhaltigkeitskriterien in den Lizenzierungsprozess mit ein. Die Liga nimmt in der Rollenverteilung eine „Dachfunktion“ ein. Nachdem sie für die Koordination und Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich gezeichnet hatte, begleitete sie die Clubs bei der Einhaltung und Überprüfung der gemeinsamen festgelegten Ziele. Die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen liegt in der Verantwortung der einzelnen Clubs. Hier haben die Clubs den Anspruch, aktiver Treiber der gesellschaftlichen Transformation zu werden, und zwar in jenem Bereich, in dem sie maßgeblich und wirksam sein können: der sozialen Nachhaltigkeit. Drei der fünf ausgewählten SDGs zählen deshalb inhaltlich konkret auf soziale Nachhaltigkeit ein.

Der konkrete Handlungsrahmen

Die Grundlage für den konkreten Handlungsrahmen sind die Erfüllungsgegenstände der 15 Subziele, die sich aus der Strategie ableiten und mit genauen Maßnahmen hinterlegt sind. Acht dieser Subziele gelten für alle Clubs als Muss-Ziele, zwei weitere Subziele, sogenannte Kann-Ziele, dürfen die Clubs jeweils frei wählen und werden ab der Saison 2024/25 verbindlich. Gemäß dieser 8+2-Logik muss jeder Club mittel- und langfristig 10 der 15 Subziele verbindlich umsetzen. In der Saison 2023/24 mussten die Clubs die Erfüllung von acht Subzielen nachweisen.

Prozess: Im Rahmen eines Nachhaltigkeits-Audits mussten sich alle Clubs einem strukturierten Interview mit Hanno Martens, Professor für Nachhaltigkeitsmanagement an der Cologne Business School, sowie mit einem

Vertreter der easyCredit BBL stellen. Zur Überprüfung gehörten auch ausführliche schriftliche Nachweise, die für die jeweiligen Erfüllungsgegenstände der Subziele bis zum 30. Juni 2024 eingereicht wurden.

Ergebnis: Im Mai 2024 haben alle Clubs erfolgreich den Nachhaltigkeits-Audit per Bericht/Auskunft über Aktivitäten der Saison 2023/24 erfüllt und sind somit den Anforderungen zur Lizenzerteilung für die laufende Saison gerecht geworden. Ausgehend von 17 Clubs (erteilte Lizenzen insgesamt), wurden in Summe von den 136 Subzielen (17 Clubs à 8 Subziele) 120 direkt erfüllt, die restlichen 16 Subziele nach Auflagen. Im ersten Jahr wurde hauptsächlich Grundlagenarbeit geleistet, um sich an den Handlungsrahmen und die Dokumentation zu gewöhnen und um sich darauf aufbauend sukzessive weiterzuentwickeln. Das „Jahr eins“ ist geschafft. Der Start ist gelungen.

Einordnung: Eine allgemeine und wissenschaftliche Einordnung der Entwicklung zeigt, dass sie sich in einem mittleren Reifegrad, im Sinne einer insgesamt zunehmenden Nachhaltigkeitsintegration sowie erster teilweise ganzheitlicher Nachhaltigkeitsstrategien bei den Clubs befindet. Diese seien mit ihren Aktivitäten in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen Soziales, Umwelt und Wirtschaft auf einem guten Weg, wie Prof. Hanno Martens bestätigt. Dabei profitierten sie davon, dass sie sich des Nachhaltigkeitsthemas nicht erst im Zuge der Ligastrategie samt Zertifizierung und Auditierung angenommen hätten, sondern dass sie schon vorher als im jeweiligen regionalen Umfeld fest verankerte Akteure insbesondere soziale Projekte erfolgreich etabliert hatten und bereits nachhaltigen Impact erzeugten.



Mehr Informationen zur Nachhaltigkeitsstrategie der easyCredit BBL

BBL-STRATEGIE NACHHALTIGKEIT

Implementation

15 SUBZIELE
3 Subziele je PRIO-SDG für die Umsetzung von Maßnahmen

5 Jahre ab 2023

Sozialer Fokus

Klima

Treiber

Kompass

3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN


4 HOCHWERTIGE BILDUNG


10 WENIGER UNGLEICHHEITEN


13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ


17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE


5 Prio-SDGs

Fundament

Das Fundament der NH-Strategie basiert auf bereits vielfältigen nachhaltigen Einzel-Maßnahmen und Konzepten bei den Clubs, auf der gemeinsamen Ausrichtung und dem gemeinsamen Bekenntnis sowie der selbstbestimmten Einhaltung der Richtlinien über die Integration in die Lizenzierung.

Bekenntnis



SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

SPORTLICHES

ALLE TEAMS, ALLE ZAHLEN

	Spiele	erzielte Punkte	erzielte FW	versuchte FW	erzielte 2er	versuchte 2er	erzielte 3er	versuchte 3er	Rebounds	Rebounds defensiv	Rebounds offensiv	Assists	Steals	Ballverluste	Blocks
 ALBA BERLIN	46	4.042	817	1.040	987	1.665	417	1.177	1.746	1.218	528	914	314	712	117
 Bamberg Baskets	34	3.009	435	624	771	1.343	344	977	1.315	891	424	674	216	477	102
 Basketball Löwen Braunschweig	34	2.777	484	688	731	1.389	277	827	1.235	834	401	608	238	496	124
 BG Göttingen	34	2.900	553	744	662	1.231	341	933	1.110	806	304	573	220	458	65
 EWE Baskets Oldenburg	35	2.995	540	705	716	1.208	341	1.015	1.249	830	419	640	251	511	67
 FC Bayern Basketball	45	3.899	664	825	857	1.498	507	1.252	1.624	1.189	435	828	279	514	133
 HAKRO Merlins Crailsheim	34	2.762	494	636	666	1.245	312	922	1.177	839	338	547	224	552	67
 MHP RIESEN Ludwigsburg	40	3.447	633	815	798	1.534	406	1.222	1.505	984	521	655	274	473	105
 MLP Academics Heidelberg	34	2.817	528	709	633	1.229	341	1.100	1.228	810	418	590	229	458	79
 NINERS Chemnitz	43	3.769	666	913	947	1.651	403	1.155	1.591	1.082	509	837	339	619	95
 RASTA Vechta	38	3.318	538	688	745	1.435	430	1.095	1.453	996	457	646	265	512	125
 ratiopharm ulm	38	3.392	573	775	865	1.471	363	1.052	1.379	946	433	793	333	503	76
 ROSTOCK SEAWOLVES	34	2.949	558	697	711	1.324	323	906	1.196	857	339	645	239	471	53
 SYNTAINICS MBC	34	2.908	452	592	733	1.300	330	968	1.165	801	364	594	214	460	65
 Telekom Baskets Bonn	38	3.357	543	726	834	1.466	382	1.048	1.318	836	482	693	256	442	42
 Tigers Tübingen	34	2.797	532	694	654	1.222	319	923	1.069	765	304	661	247	522	9
 Veolia Towers Hamburg	36	3.081	703	927	724	1.248	310	906	1.233	845	388	583	226	559	71
 Würzburg Baskets	41	3.465	628	822	739	1.410	453	1.194	1.460	1.029	431	620	309	483	88
 Gesamt	336	57.684	10.341	13.620	13.773	24.869	6.599	18.672	24.053	16.558	7.495	12.101	4.673	9.222	1.571

erzielte Punkte Einheimische	erzielte FW Einheimische	versuchte FW Einheimische	erzielte 2er Einheimische	versuchte 2er Einheimische	erzielte 3er Einheimische	versuchte 3er Einheimische	Rebounds Einheimische	Rebounds defensiv Einheimische	Rebounds offensiv Einheimische	Assists Einheimische	Steals Einheimische	Ballverluste Einheimische	Blocks Einheimische	Durchschnittsalter Kader*	Trainer Verweildauer**	
1.518	333	422	345	574	165	518	629	436	193	286	133	238	44	23,5	7	BER
700	81	155	218	381	61	189	430	293	137	174	76	113	23	25,5	3	BAM
1.007	192	266	268	514	93	288	404	296	108	162	110	173	40	22,3	3	BRA
625	156	208	140	253	63	189	276	204	72	135	67	112	25	24,3	3	GOT
930	144	185	183	299	140	418	393	256	137	132	112	137	29	24,8	2	OLD
1.546	242	289	304	533	232	566	653	474	179	334	128	175	63	26,2	1	FCB
717	81	119	150	277	112	314	284	200	84	187	72	132	11	26,3	2	CRA
1.016	199	279	266	480	95	313	608	405	202	156	88	139	54	23,3	6	LUD
664	121	163	120	269	101	347	283	188	95	200	58	147	8	26,1	2	HDB
1.022	281	408	297	460	49	140	431	240	191	121	66	133	22	25,3	9	CHE
1.246	175	224	243	436	195	511	491	321	170	188	105	155	55	22,3	2	VEC
1.086	199	270	250	416	129	400	378	252	126	228	90	135	23	23,4	2	ULM
486	99	137	126	238	45	157	222	165	57	99	41	94	12	26,6	4	HRO
891	173	225	275	450	56	194	390	255	135	149	43	137	26	25,6	1	MBC
905	159	213	235	418	92	271	379	232	147	126	52	97	15	24,1	1	BON
755	157	207	203	378	64	185	306	238	68	197	78	137	43	25,4	4	TUB
606	121	190	130	238	75	279	305	209	96	122	70	136	21	25,0	9	HAM
637	106	143	153	292	75	223	306	211	95	63	50	81	19	24,4	2	WUE
16.357	3.019	4.103	3.906	6.906	1.842	5.502	7.168	4.875	2.292	3.059	1.439	2.471	533	24,7	3,5 Ø	

* Stichtag 01.09.2023

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

SPIELE, SPIELER, TRAINER

In der Saison 2023/24 haben insgesamt 336 Spiele stattgefunden, davon 306 Hauptrundenspiele, drei Play-In Partien und 27 Playoff-Partien.

In der Hauptrunde gewannen die Heimteams 177 Spiele (57,8%), 129 Mal (42,2%) ging die Gastmannschaft als Sieger vom Feld. 15 der 306 Hauptrunden-Begegnungen wurden in der Verlängerung entschieden, vier davon erst nach der zweiten Verlängerung. Die Zahlen liegen damit fast exakt auf Vorsaisonniveau, in der Heimteams 178 Spiele gewannen und 16 Spiele in die Verlängerung gingen, vier Mal gab es eine doppelte Verlängerung.

DURCHSCHNITTSDIFFERENZ BEI SIEGEN **13,6 PUNKTE (2022/23: 11,8)**

Insgesamt 72 Begegnungen wurden mit einer Differenz von mindestens 20 Punkten entschieden (2022/23: 43). Das entspricht einem Anteil von 23,5% (2022/23: 14,1%).

HÖCHSTER SAISONSIEG **47 PUNKTE DIFFERENZ**

beim 106:59 der MHP RIESEN Ludwigsburg gegen die HAKRO Merlins Crailsheim

PLAYOFFS

Wie in den vergangenen Jahren spielte der Heimvorteil in den Playoffs keine Rolle mehr. 14 der 27 Partien gewann das Auswärtsteam, davon drei von vier Finalspielen, drei von acht Halbfinalpartien und acht von 15 Viertelfinalbegegnungen (2022/23: 11/23 Auswärtssiege, 2021/22: 13/24 Auswärtssiege).

Vier Spiele wurden mit weniger als fünf Punkten entschieden, insgesamt ging jedoch nur eine Playoff-Partie in die Verlängerung.

Vier Spiele wurden mit mehr als 20 Punkten Differenz gewonnen. Weitere sechs Partien endeten mit 6–10 Punkten Differenz; am häufigsten betrug die Differenz zur Schluss sirene 11–20 Punkte, nämlich in 13 Spielen.

SPANNENDE SPIELE **69 SIEGE**

wurden mit einer maximalen Differenz von **5 Punkten** geholt. (2022/23: 68)

Die meisten Partien wurden weiterhin mit **6 bis 10 Punkten Differenz** entschieden: 84. (2022/23: 101)

Mit **11 bis 20 Punkten Differenz** wurden 81 Partien entschieden. (2022/23: 94)

AKTEURE

305 der insgesamt 362 gemeldeten Spieler verfügen über einen deutschen, amerikanischen oder kanadischen Pass. Insgesamt 184 (132 eingesetzte) und damit 50,8% aller gemeldeten Spieler besitzen dabei den deutschen. Hinzu kommen 112 (102 eingesetzte) (30,9%) amerikanische sowie 9 (8) (2,5%) kanadische Spieler.

Nach den drei führenden Nationen folgen 35 weitere Nationen.

Auf der Headcoach-Position herrschte zu Saisonbeginn 2023/24 eine große Vielfalt. Die 18 Cheftrainer stammten aus insgesamt zehn verschiedenen Nationen. Neben drei deutschen Headcoaches standen vier spanische Trainer sowie jeweils zwei Trainer aus den USA, Belgien und Finnland am Spielfeldrand. Im Durchschnitt waren die Coaches seit dreieinhalb Jahren ununterbrochen in ihrem Club angestellt. Jeweils seit neun Jahren arbeiteten Benka Barloschky (GER) von den Veolia Towers Hamburg und Rodrigo Pastore (ARG) von den NINERS Chemnitz bei ihren Clubs. Sie sind damit die beiden dienstältesten Trainer in der easyCredit BBL. Pastore bekleidet dabei sogar über die gesamte Zeit das Amt als Headcoach.

WEITERENTWICKLUNG AUF ALLEN EBENEN

Neben der laufenden Verbesserung der organisatorischen und medialen Rahmenbedingungen arbeitet die easyCredit BBL kontinuierlich an der Weiterentwicklung der sportlichen Attraktivität ihrer Liga. Zielsetzung ist es, sowohl die sportliche Qualität und Anziehungskraft der Liga hochzuhalten oder sogar zu steigern als auch den Basketballsport in Deutschland insgesamt zu entwickeln.

Als erfolgreiche Beispiele der vergangenen Jahre gelten die 6+6-Regel, nach der stets sechs deutsche Spieler in den Kadern gelistet sein müssen, sowie die Einführung des Instant Review Systems (IRS) für die Schiedsrichter.

In den erweiterten sportlichen Bereich fällt auch die Einführung alternativer Spielfeldböden. Nachdem in den 90er- Jahren bereits der Schritt zum heute bekannten Parkettboden gelungen war, ist seit 2023 auch ein sportfähiger **LED-Videoglasboden** als Spielfeld zugelassen. So spielte der FC Bayern Basketball erstmals das Eröffnungsspiel der Saison 2023/24 auf einem solchen gläsernen Untergrund.



Zudem wurde das Zuschauererlebnis vor den TV-Bildschirmen deutlich näher an die Mannschaften gebracht, indem seit der Saison 2022/23 **bei Auszeiten der Ton „geangelt“ wird**. Das Mithören der Traineransprache verschafft seitdem spannende Insights während des laufenden Spiels.

Seit Sommer 2023 wird jährlich ein verpflichtendes **Headcoaches Meeting** in der Kölner Geschäftsstelle abgehalten – eine weitere Initiative, um die Kommunikation zwischen den Beteiligten zu verbessern und einen Konsens bei spielrelevanten Themen zu finden, beispielsweise im Sinne einer einheitlichen Regelauslegung.



Auch in der jüngeren Vergangenheit ergriff die easyCredit BBL Maßnahmen zur Steigerung der sportlichen Attraktivität ihrer beiden Wettbewerbe, der Deutschen Meisterschaft sowie des BBL Pokals.

Im Kampf um den Meistertitel wurden zur Saison 2023/24 die **Play-Ins** eingeführt. Seitdem spielen die Teams, die nach der Hauptrunde die Plätze 7-10 belegen, in drei Entscheidungsspielen die letzten beiden Playoff-Teilnehmer aus. (siehe Seite 11)

Zudem wurde der **Regelspieltag** eingeführt: Sofern es der Terminkalender zulässt, startet ein Spieltag mit einem Freitagsspiel, gefolgt von jeweils drei Spielen an Samstag und Sonntag sowie einer Partie am Montagabend.

Der **BBL Pokal** wurde schrittweise zunächst auf 16 Clubs der easyCredit BBL erweitert, seit der Saison 2023/24 spielen auch die ersten sechs Mannschaften der Vorsaison der Barmer 2. Basketball-Bundesliga im BBL Pokal. (siehe Seite 12)



Neben der Arbeit zur unmittelbaren Verbesserung der sportlichen Rahmenbedingungen treffen sich unterjährig mehrmals Experten aus Clubs und Liga in **Arbeitskreisen zu den Themen Marketing, Kommunikation, Ticketing, Produktentwicklung und Standards**. Im Januar 2024 fand erstmals nach einer längeren Pause auch wieder ein Treffen zwischen Liga und Fanclubs statt.

Auch im Hintergrund sind zahlreiche Weichen zur Weiterentwicklung des Basketballsports gestellt worden. So wurde zur Saison 2023/24 eine Vollzeit-Stelle für das **Schiedsrichterwesen** in der easyCredit BBL geschaffen.



DEUTSCHER BASKETBALL WEITERHIN AUF DER ÜBERHOLSPUR

Seit der Saison 2008/09 unterstützt der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. Projekte für den Nachwuchsbasketball in ganz Deutschland.

Von Beginn an waren die jeweiligen Clubs der easyCredit BBL Mitglieder der Institution. In der Saison 2011/12 traten auch alle Clubs der BARMER 2. Basketball Bundesliga bei. Mit der Hinzunahme der Clubs der Toyota Damen Basketball Bundesliga im Juli 2024 hat sich die Reichweite des Deutschen Basketball Ausbildungsfonds nochmals vergrößert.

In diesem erweiterten Setting begleitet der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. eine Vielzahl von Projekten, deren Zielsetzungen sowohl **finanzielle Unterstützungen** vorsehen als auch die unmittelbare Entwicklung von Spieler- und Trainerkarrieren oder sogar des gesamten Nachwuchsbereichs eines Clubs. Gemeinsame inhaltliche Klammer aller Projekte: die Werthaftigkeit des Austauschs untereinander.

Ausbildungsprämie

Die Ausbildungsprämien sind der **finanziellen Unterstützung** des Deutschen Basketball Ausbildungsfonds e.V. zuzuordnen. Sie werden an Amateur- und Proficlubs ausgeschüttet, die Spieler hervorgebracht haben, die heute im Profi- oder Nachwuchsleistungsbereich aktiv sind.

Für die Saison 2023/24 schüttete der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. insgesamt **375.000 Euro an 118 Vereine** aus, die aktuelle Profispieler ausgebildet haben.

Die Clubs der easyCredit BBL profitierten mit **47 Prozent** der Gesamtfördersumme.

Trainer:innenausbildung

Im Trainerbereich organisiert der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. zwei Ausbildungsprogramme: 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 2023/24 durchliefen insgesamt **85 Personen die Nachwuchstrainerausbildung**. Knapp **90 Prozent** der Absolvent:innen sind nach wie vor im In- oder Ausland im Basketball tätig.

Im Rahmen der Minitrainer-Offensive absolvierten in der Saison 2023/24 16 neue Trainer:innen das Programm. Insgesamt haben damit seit dem Ausbildungsstart 2015 **insgesamt 160 Coaches** erfolgreich die „MTO“ abgeschlossen.

Zertifizierung

Die Zertifizierung dient als **zentrales Instrument zur Standort-(weiter-)entwicklung**. Die Clubs werden dabei im Rahmen eines Feedback- und Beurteilungsfornats sichtbar ausgezeichnet (siehe Seite 26).

Die Statusauszeichnungen (Gold, Silber, Bronze) spiegeln die Qualität der Nachwuchsarbeit wider und berücksichtigen dabei die lokalen Gegebenheiten. So wird eine zukunftsorientierte Entwicklung im Profisport gefördert und die Basis für talentierte Spieler gestärkt.

Zusätzlich können die Clubs eine **projektgebundene Förderung** erlangen.

In der digitalen **Basketball-Wissenswelt** teilen die teilnehmenden Clubs anschließend ihre Projekte und Erfahrungen, um so einen stetigen Austausch der verschiedenen Ideen und Ansätze zu ermöglichen.



Hier geht es direkt zur digitalen Basketball-Wissenswelt

245

ausgebildete Trainer:innen

Jährliches Treffen der Nachwuchsleiter:innen

Im Rahmen des RSM Ebner Stolz Jugend-TOP4 der NBBL, JBBL und WNBL am 10.-12. Mai 2024 in Berlin hat der Deutsche Basketball Ausbildungsfonds e.V. gemeinsam mit der easyCredit BBL und der BARMER 2. Basketball-Bundesliga den **zweiten Nachwuchskongress** organisiert.

Insgesamt wurden drei Workshops für **130 Nachwuchsleiter:innen und -trainer:innen** aus den Basketball-Bundesligen abgehalten.

Die Teilnehmenden tauschten sich über den aktuellen Stand der Freiburger Erklärung aus, analysierten Herausforderungen und erörterten Entwicklungsschritte. Weitere Schwerpunkte waren die berufliche Perspektive von Nachwuchstrainer:innen und Maßnahmen zur Optimierung der Ganzjahresplanung von Nachwuchsathlet:innen.

Der Freitag widmete sich dem Mädchenbasketball, wo 70 Clubvertreter:innen Strategien zur Förderung im weiblichen Bereich entwickelten. Zudem wurde eine Talendiagnostik-Datenbank vorgestellt, die die Leistungsprognose von Nachwuchsspieler:innen verbessern soll. Die Workshops betonten den Austausch und die Vernetzung von Verantwortlichen, um die strukturelle und inhaltliche Entwicklung des deutschen Nachwuchsbasketballs voranzutreiben.



BBL-ASSIST

BBL-Assist ist das Projektdach der easyCredit BBL für soziale Initiativen und Teil der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie der Liga. Die Programme SPORT VERNETZT, BaskIDball und das gezielte Förderprojekt für den Mädchenbasketball setzen wichtige Impulse, um Zugang zu Sport und Bewegung für Kinder und Jugendliche deutschlandweit zu erleichtern.

Seit der Saison 2023/24 haben Clubs die Möglichkeit, aktiv an diesen Projekten teilzunehmen. Ziel ist es, nachhaltige Strukturen zu schaffen, die den Basketball nicht nur als Sport, sondern als Plattform für soziale Verantwortung etablieren. Unterstützt werden die Clubs durch Anschubfinanzierungen der „Move Your Sport“-Initiative des BBL Medienpartners Dyn, durch regelmäßige Online- und Vor-Ort-Begleitung sowie durch gezielte Beratungsangebote.

Ein besonderer **Mehrwert entsteht durch den Austausch** von Erfahrungen: Best-Practice-Konzepte werden gemeinsam weiterentwickelt und für alle zugänglich gemacht. So trägt BBL-Assist dazu bei, die **gesellschaftliche Wirkung des Basketballs als BBL-Community weiter zu stärken und langfristige Perspektiven für Clubs und ihre sozialen Projekte zu schaffen.**

	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 TNA (inkl. Koop)	Anzahl Mini TNAs (inkl. Koop)	Anzahl erreichte KiTas	Anzahl erreichte Grundschulen	Zertifizierungsprojekt *	Status
BER	40,5	9	0	5	6.311	1.511	45	58	Freizeitbasketball	
BAM	34,3	6	1	3	542	264	13	28	Belastungssteuerung digital	
BRA	36,6	6	0	4	813	181	8	21	KiTa-Basketball	kein Status
GOT	29,9	8	2	2	881	132	1	35	Athletiktraining	
OLD	41,2	8	0	6	727	96	37	21	KiTa-Basketball	
FCB	46,0	9	2	4	736	161	0	5	Mitarbeiterqualifikation	
CRA	33,0	5	1	2	248	84	5	6	Regionalentwicklung	
LUD	33,5	9	1	3	1.929	519	21	25	Belastungssteuerung digital	
HDB	32,9	6	4	1	492	104	0	9	Grundschulbasketball	kein Status
CHE	24,9	6	1	2	784	199	5	18	Sportpsychologie	
VEC	41,5	8	1	3	685	162	12	24	KiTa-Basketball	***
ULM	36,0	6	2	3	2.026	460	2	9	keine Teilnahme	
HRO	22,0	5	2	1	1.937	767	25	41	Regionalentwicklung	
MBC	29,8	8	0	3	1.360	63	1	13	Grundschulbasketball	
BON	32,3	7	1	3	1.438	411	3	53	Athletiktraining	
TUB	29,5	6	4	1	355	88	4	26	Regionalentwicklung	kein Status
HAM	27,5	7	2	2	539	91	4	22	Spielerentwicklung	
WUE	23,0	6	0	2	517	101	0	12	Talentdiagnostik	kein Status
	31,2	125	24	50	22.320	5.394	186	426		

* inkl. Playoffs

** Projekte im Nachwuchscheck sowie Status gelten immer für 2 Jahre

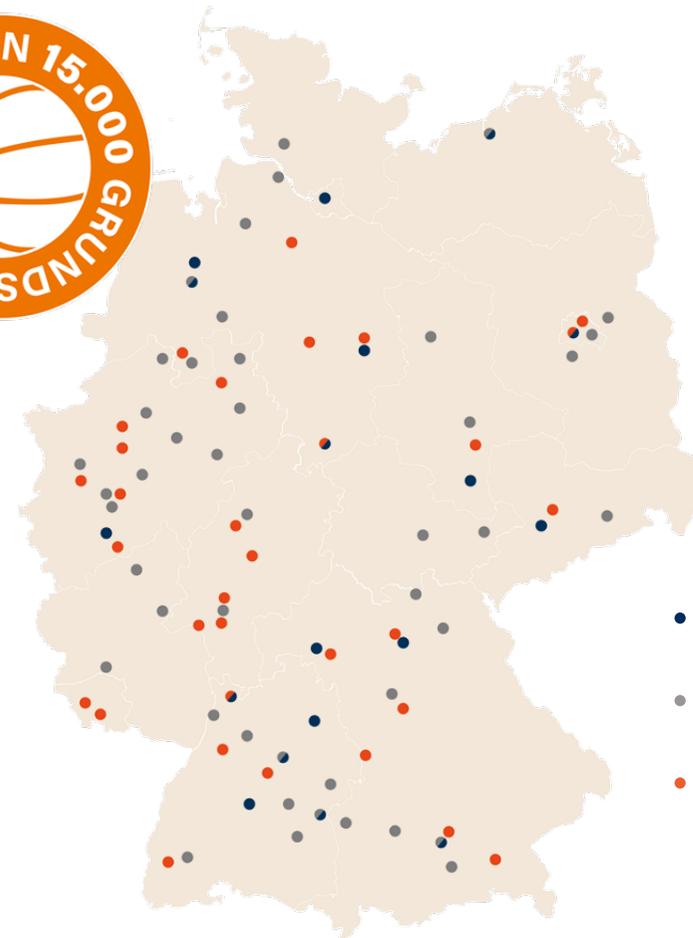
Gold Silber Bronze

*** ProA Status

FÜNF PLAYER FÜR 15.000 GRUNDSCHULEN

Im April 2024 haben die easyCredit Basketball Bundesliga, die BARMER 2. Basketball Bundesliga, die Toyota Damen Basketball Bundesliga, der Deutsche Basketball Bund, sowie alle Basketball-Landesverbände die sogenannte Freiburger Erklärung unterzeichnet. **Ziel** der Grundschuloffensive „15.000xBasketball“ ist es, bis zum Jahr 2032 alle Kinder an den mehr als 15.000 Grundschulen in Deutschland in Kontakt mit dem Basketballsport zu bringen. Das Zieldatum der Freiburger Erklärung ist angelehnt an die Strategie „Triple Double“ der easyCredit BBL, nach der bis zum Jahr 2032 die Kennziffern für die drei wichtigen Wachstumstreiber Clubbudgets, mediale und Aktiven-Reichweite sowie sportliche Erfolge der Clubs verdoppelt werden sollen.

Um das ambitionierte Ziel der Freiburger Erklärung zu erreichen und noch mehr Kinder, Lehrkräfte und Schulen für den Basketballsport zu begeistern, arbeiten die fünf genannten Player sowie die gesamte Basketball-Community intensiv daran, einen flächendeckenden **Zugang** zu unserem Sport zu ermöglichen. Mit Angeboten wie Grundschulligen, AGs bis hin zu Aktions- und Schnuppertagen können Grundschulen Teil der Offensive werden. Unter anderem werden hierfür spezielle Aus- und Fortbildungsprogramme für die eingesetzten Coaches entwickelt und durchgeführt, um so die Freude am Basketball noch zielgruppengerechter zu vermitteln. Bis zum Ende der Saison 2023/24 wurden so bereits 1.163 der mehr als 15.000 Grundschulen erreicht. Das bedeutet mehr als 110.000 bewegte Kinder.



- easyCredit Basketball Bundesliga
- BARMER 2. Basketball Bundesliga
- Toyota Damen Basketball Bundesliga

Der Basketball für Kinder im Grundschulalter (Minibasketball) in den Vereinen und an den Grundschulen ist der wichtigste **Entwicklungsbereich** für den deutschen Basketball. Dabei soll die Teilhabe für alle Kinder gleichberechtigt und unabhängig von ihrer jeweiligen sozialen Herkunft möglich sein. Eine besondere Chance bieten die ab dem Jahr 2026 greifenden Veränderungen in der ganztägigen Betreuung der Grundschulkinder. Hier wollen die fünf Player hinter die Offensive mit Entschlossenheit ihrer sozialen und **gesellschaftlichen Verantwortung** gerecht werden.

Weitere Informationen und den aktuellen Stand, wie viele Grundschulen erreicht wurden, gibt es hier





AUTOHAUSGRUPPE GEISSER

AUTOHAUSGRUPPE GEISSER

AUTOHAUSGRUPPE GEISSER

MLP ACADEMICS 23 2 8:25 20 BAYERN MÜNCHEN

MLP ACADEMICS	23	2	8:25	20	BAYERN MÜNCHEN
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					

AUTOHAUSGRUPPE GEISSER

ESIS - GTS

e@syCredit

e@syCredit

Entspannt finanzieren.

e@syCredit

FINANZEN

FINANZEN

FINANZEN

FINANZEN

NEZNVNIE

NEZNVNIE

NEZNVNIE

CLUBS DER EASYCREDIT BBL ERWIRTSCHAFTEN REKORDUMSATZ

In der Saison 2023/24 konnte der Gesamtumsatz aller 18 Clubs der easyCredit Basketball Bundesliga nochmals um mehr als 20 Mio. Euro zulegen und bescherte den Clubs mit insgesamt 148,1 Mio. Euro einen Rekordumsatz.

Auf der Einnahmenseite macht mit 92,3 Mio. Euro weiterhin der Bereich Sponsoring den größten Anteil aus. Das stärkste Wachstum findet sich erneut bei den Ticketerlösen wieder: von 25,6 Mio. Euro in der Vorsaison stiegen die Einnahmen auf 43 Mio. Euro in 2023/24.

Der Gesamtumsatz aller Clubs stieg auf ein Rekordniveau von 148,1 Millionen Euro.

VERTEILUNG NACH UMSATZERLÖSEN



148,1 MIO. EURO (2022/23: 127,5)

betragen die Umsatzerlöse der 18 Clubs der easyCredit BBL in der Saison 2023/24



16,2

15,7 (2022/23)
Zahlungen der AG-Anteile zur Sozialversicherung

35,1

32,6 (2022/23)
AG-Anteile gesetzliche soziale Aufwendungen, Lohnsteuer, Ertragsteuern



8,6

8,3 (2022/23)
Zahlungen an die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft

STEUERN UND ABGABEN (OHNE UMSATZSTEUER)

(IN MIO. EURO)



50,6

42,5 (2022/23)
Bilanzsummen aller Clubs

13,1

9,5 (2022/23)
Eigenkapital aller Clubs



EINNAHMEN (IN MIO. EURO)

2022/23 ohne Werberechte (3,9 Mio. Euro)

SPONSORING



TICKETS



SONSTIGES



MERCHANDISING



TRANSFER



AUSGABEN (IN MIO. EURO)

PERSONAL SPORT



KOSTEN SPIELBETRIEB



SONSTIGES



PERSONAL MANAGEMENT



TRANSFERS



PERSONAL

Insgesamt 1.270 Menschen konnten die 18 Clubs zusammen mit ihren Nachwuchsbereichen einen Arbeitsplatz bieten (inklusive Aushilfen und Praktikant:innen). Dabei bestätigt sich die Tendenz, dass die Clubs nachhaltig auf Personal auf der Geschäftsstelle setzen. Knapp 60% der im Profibereich angestellten Personen sind im Backoffice der Clubs tätig. Außerdem wuchs die Zahl der in Vollzeit angestellten Personen im Profibereich von 576 auf nun 614. Das entspricht im Durchschnitt 34 Personen pro Club.

Profibereich

Anzahl (2022/23)

Vollzeit	614 (576)
Teilzeit	108 (387)
Summe	722 (963)
Aushilfen, Praktikant:innen	262 (277)

DAVON
58,3%

VERWALTUNG/GESCHÄFTSSTELLE

41,7%

SPIELBETRIEB

Nachwuchsbereich

Anzahl (2022/23)

Vollzeit	131 (140)
Teilzeit	81 (194)
Summe	212 (334)
Aushilfen, Praktikant:innen	78 (104)

DAVON
29%

VERWALTUNG/GESCHÄFTSSTELLE

71%

TRAININGS- UND SPIELBETRIEB

Summe gesamt

1.274 (1.678)





REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

REICHWEITEN

ZUSCHAUERZAHLEN AUF HOHEM NIVEAU

In Summe wurden die Spiele der easyCredit BBL und des BBL Pokals in der Saison 2023/24 von 1.593.524 Zuschauer:innen besucht. Das entspricht einem Plus von 9,1% und bestätigt damit den **Wachstumskurs** aus der Vorsaison.

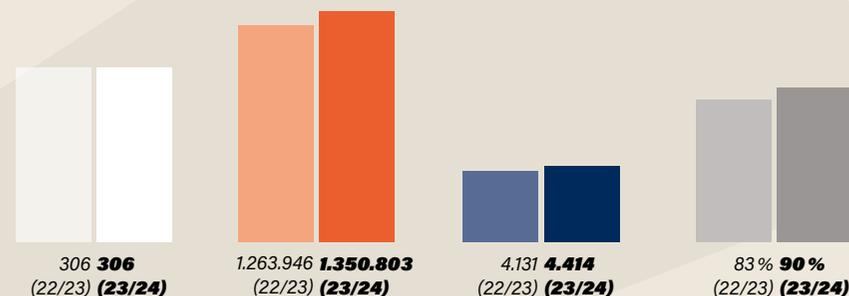
Der Zuwachs ist vor allem auf die 306 Spiele der Hauptrunde zurückzuführen. Hier stieg der Schnitt an Besucher:innen je Spiel auf über 4.400 (exakt: 4.414). Die Auslastung kletterte dementsprechend auf 90%.

1,6 MIO.

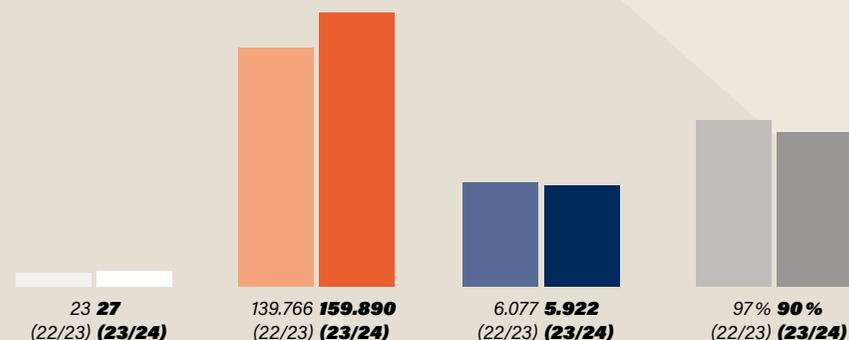
ZUSCHAUER:INNEN IN DEN ARENEN

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

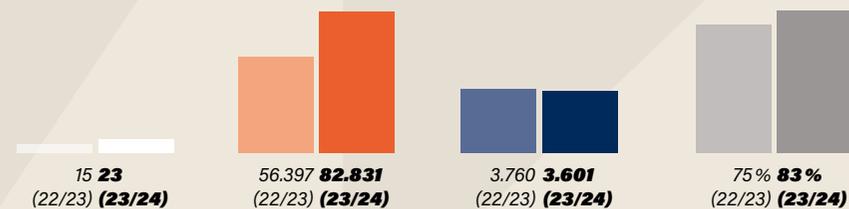
EASYCREDIT BBL HAUPTRUNDE



EASYCREDIT BBL PLAYOFFS



BBL POKAL



CLUBÜBERSICHT

HAUPTTRUNDE 2023/24 ZUSCHAUERSTATISTIK

	Spiele	Summe	Schnitt	Auslastung
 BER	17	142.856	8.403	67 %
 OLD	17	105.400	6.200	100 %
 FCB	17	101.949	5.997	92 %
 BON	17	99.830	5.872	98 %
 ULM	17	99.442	5.850	98 %
 BAM	17	79.936	4.702	83 %
 CHE	17	79.318	4.666	97 %
 BRA	17	76.311	4.489	69 %
 HDB	17	74.086	4.358	89 %
 HRO	17	72.297	4.253	92 %
 LUD	17	66.329	3.902	97 %
 HAM	17	61.835	3.637	93 %
 VEC	17	53.205	3.130	99 %
 GOT	17	53.126	3.125	91 %
 WUE	17	50.730	2.984	95 %
 TUB	17	48.584	2.858	91 %
 CRA	17	42.969	2.528	84 %
 MBC	17	42.600	2.506	84 %
 BBL	306	1.350.803	4.414	90 %



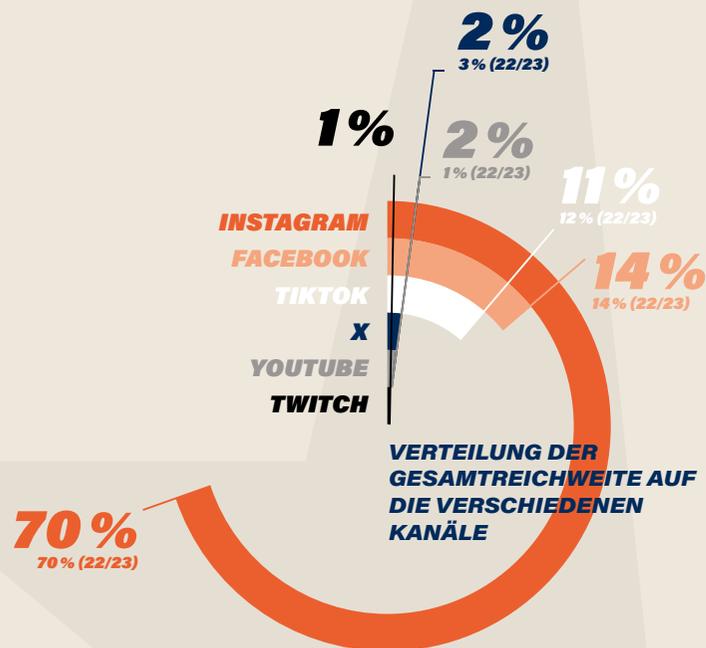
MEHR AUFMERKSAMKEIT FÜR DIE EASYCREDIT BASKETBALL BUNDESLIGA

In der Premiersaison mit dem neuen Medienpartner Dyn konnte sowohl die Broadcast Time insgesamt als auch die grundsätzliche Präsenz in den öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD-Verbund) erhöht werden. Hieraus resultierte ein deutlicher Anstieg der kumulierten TV-Reichweite auf 244 Mio. (+31%) bei 877 Stunden Berichterstattung.

244 MIO.

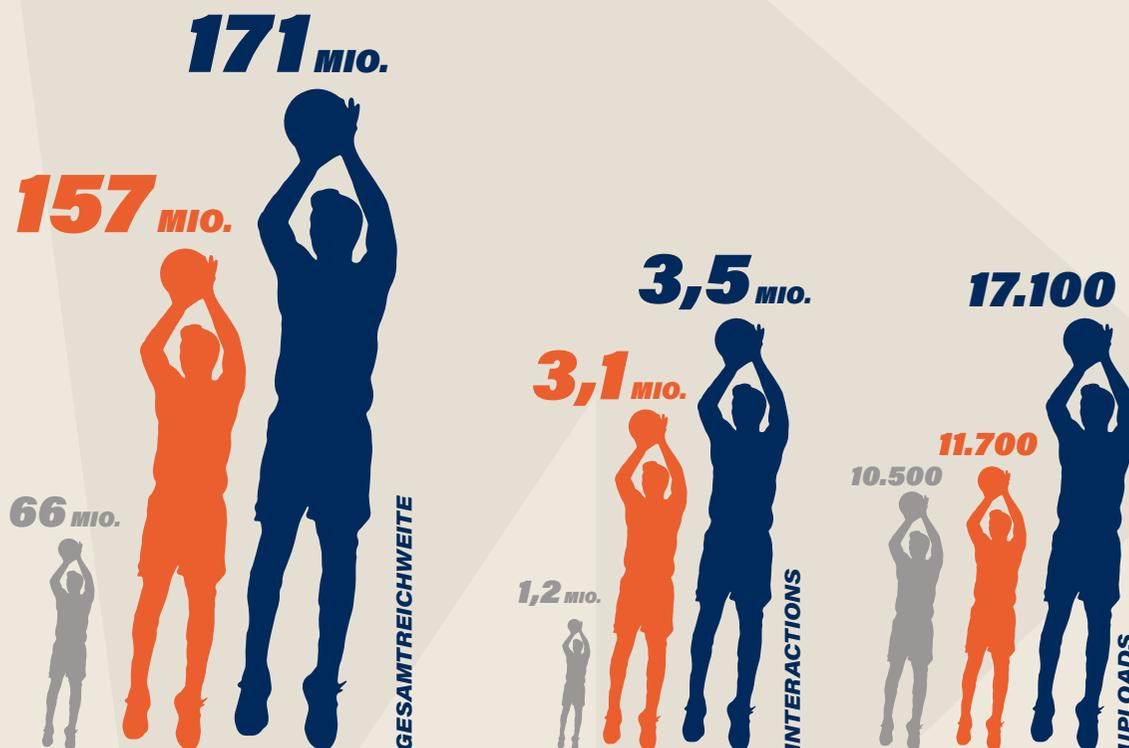
KUMULIERTE TV-REICHWEITE

SOCIAL-MEDIA-REICHWEITE STEIGT WEITER AN



Mit einer **Gesamtreichweite** von 171 Mio. (+9%) konnte der enorme Anstieg aus der Vorsaison bestätigt werden. Bei 17.100 Uploads in Summe wurde 78% der Reichweite organisch generiert – dies entspricht einem deutlichen Plus (2022/23: 62%).

Einen Zuwachs um 13% erzielte die Anzahl der **Interactions**, sie stieg von 3,1 Mio. (Saison 2022/23) auf 3,5 Mio. in der Saison 2023/24. Den größten Anteil der Gesamtreichweite hat mit 70% weiterhin die Plattform Instagram.



SOCIAL-MEDIA-PERFORMANCE DER EASYCREDIT BBL

■ Saison 2021/22 ■ Saison 2022/23 ■ Saison 2023/24

CONTENT

Es ist von höchster strategischer Bedeutung, abseits der Live-Übertragung die Reichweite und Visibilität der Liga sowohl über die Liga selbst als auch über die Clubs durch Content zu steigern. Es ist eine zentrale Aufgabe, **qualitativ hochwertigen Content** zu produzieren, die Menge an Content zu erhöhen und die Verweildauer im digitalen Raum zu verlängern. Das Ziel ist es, die Inhalte der easyCredit Basketball Bundesliga und ihrer Teilnehmer maximal zu verbreiten.

Dank des **18+1-Ansatzes** (alle Clubs und die Liga arbeiten gemeinsam), der Vorgabe, einen hauptamtlichen Content Creator in den Clubs einzustellen, sowie der Möglichkeiten, die der neue Medienpartner Dyn bietet, um Rechtematerial vor allem im digitalen Bereich zu nutzen, haben die Clubs und die Liga in der vergangenen Saison mit ihrem vielfältigen und kanalspezifischen Content einen echten Sprung nach vorn gemacht.

Dies entspricht der Zielsetzung der langfristigen Ligastrategie „Triple Double“, die vorsieht, dass neben den Club-Budgets auch die Reichweiten im TV und im digitalen Raum verdoppelt werden sollen. Die Gesamtreichweite der Social-Media-Kanäle der Clubs und der Liga hat über 600 Millionen erreicht, was einem Wachstum von 33% entspricht. Die Uploads aller Beteiligten weisen ein Wachstum von 36% auf, und mit insgesamt 99.000 Content-Pieces wurde eine neue Rekordmarke erzielt. Dadurch sind alle wichtigen Protagonisten auch zwischen den Spieltagen auf sämtlichen digitalen Kanälen zunehmend präsenter.

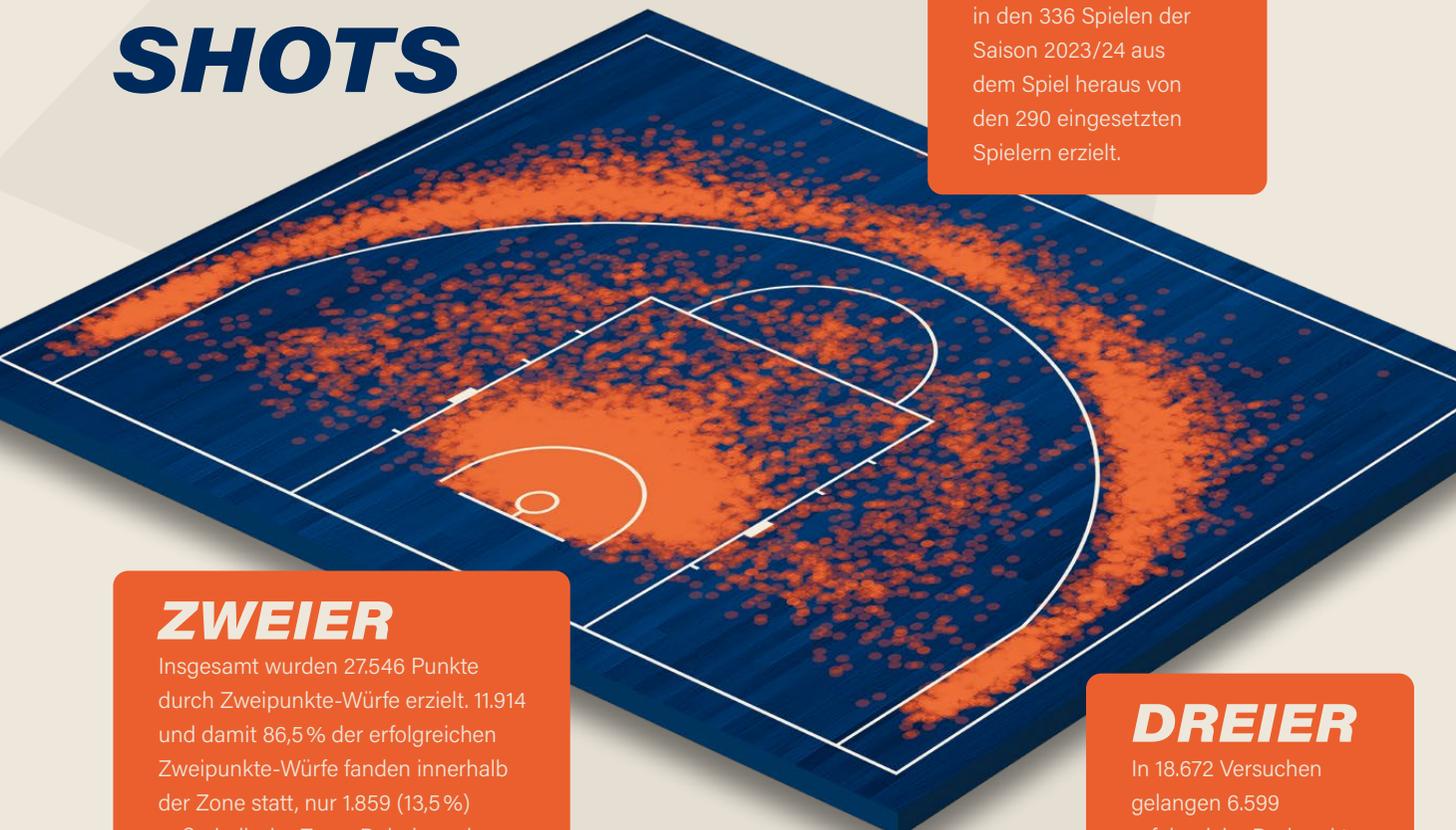
CLUBS & LIGA

607 MIO.
REICHWEITE
+ 33 %

99.000
UPLOADS
+ 36 %



SHOOT YOUR SHOTS



**47.343
PUNKTE**

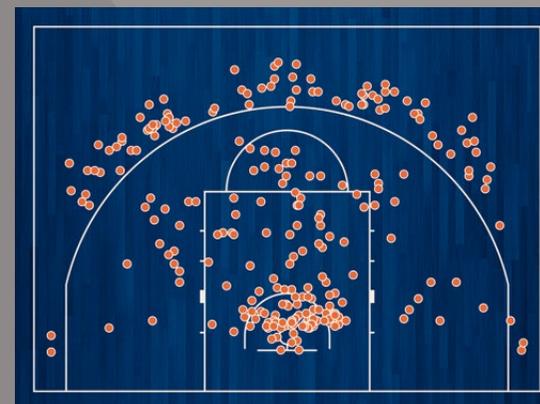
So viele Punkte wurden
in den 336 Spielen der
Saison 2023/24 aus
dem Spiel heraus von
den 290 eingesetzten
Spielern erzielt.

ZWEIER

Insgesamt wurden 27.546 Punkte durch Zweipunkte-Würfe erzielt. 11.914 und damit 86,5% der erfolgreichen Zweipunkte-Würfe fanden innerhalb der Zone statt, nur 1.859 (13,5%) außerhalb der Zone. Dabei wurden 20.106 Versuche innerhalb und 4.764 Würfe außerhalb der Zone benötigt.

DREIER

In 18.672 Versuchen gelangen 6.599 erfolgreiche Dreipunkte-Würfe. Somit wurden 19.797 Punkte erzielt.



OTIS LIVINGSTON II

Der Hauptrunden-MVP von den Würzburg Baskets war mit **20,6 Punkten** pro Spiel Topscorer der easyCredit BBL.

Dabei verwandelte er in Hauptrunde und Playoffs insgesamt **164 Zweipunkte-Würfe** für **328 Punkte** und **90 Dreipunkte-Würfe** für **270 Punkte**. Beides mit einer überragenden **Quote von 55% bzw. 45%**. Bemerkenswert: **191 seiner Zweipunkte-Abschlüsse** nahm er dabei mit **60,7% Trefferquote** innerhalb der Zone und nur **107 Abschlüsse** mit **44,9% Trefferquote** außerhalb.

Entsprechend traf er in der Zone **116 Versuche** und außerhalb der Zone **48 Würfe**.



148,1 *EURO*
MIO.

ERLÖSTEN DIE 18 CLUBS DER
EASYCREDIT BBL - EIN REKORD

57.684 *PUNKTE*

ERZIELTEN ALLE 18 CLUBS IN DEN 336 SPIELEN

MEHR ALS

1,6 *ZUSCHAUER:INNEN*
MIO.

BESUCHTEN DIE SPIELE IN DEN
ARENEN DER EASYCREDIT BBL

MEHR ALS

110.000 *KINDER*

IM GRUNDSCHULALTER WURDEN IM RAHMEN DER
GRUNDSCHULOFFENSIVE BEWEGT

ÜBER

607 *REICHWETTE*
MIO.

KONNTEN DIE 18 CLUBS UND DIE EASYCREDIT BBL
ÜBER IHRE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE ERREICHEN

AN

612 *GRUNDSCHULEN*

UND KITAS SCHUFEN DIE CLUBS EIN
BASKETBALLANGEBOT FÜR KINDER

136 *ZIELE*

ERFÜLLTEN DIE CLUBS IM RAHMEN
DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

ÜBER

99.000 *UPLOADS*

TÄTIGTEN DIE 18 CLUBS UND DIE EASYCREDIT BBL
INSGESAMT ÜBER IHRE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE

244 *TV-REICHWETTE*
MIO.

WURDE DURCH DAS KONZEPT DES NEUEN
MEDIENPARTNERS DYN GENERIERT

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