

Pressemeldung

Netto Marken Discount baut Engagement im deutschen Basketball weiter aus

Lebensmitteleinzelhändler wird ab der Saison 2026/27 Namensgeber des BBL Pokals und offizieller Ernährungspartner der easyCredit BBL

Köln/Frankfurt, 12.05.2026, Netto Marken Discount wird ab der Saison 2026/27 neuer Haupt und Namenssponsor des BBL Pokals sowie offizieller Ernährungspartner der easyCredit Basketball Bundesliga. Die insgesamt 24 teilnehmenden Clubs ermitteln den Pokalsieger künftig im Netto BBL Pokal. Auch das Finalturnier wird unter dem Namen Netto TOP FOUR ausgetragen.

Im Rahmen der langfristig angelegten Partnerschaft erhält Netto Marken Discount umfassende Werbe und Aktivierungsrechte rund um den Pokalwettbewerb sowie zusätzliche Präsenzen im Ligabetrieb der easyCredit BBL. Im Mittelpunkt der gemeinsamen Kommunikation stehen Themen wie bewusste Ernährung, Bewegung, Teamgeist und Leistungsbereitschaft. Netto nutzt die Partnerschaft damit als reichweitenstarke Plattform, um alltagsnahe Ernährungsthemen im Umfeld des deutschen Profibasketballs zu verankern.

Der Lebensmitteleinzelhändler mit Sitz in Maxhütte Haidhof engagiert sich zusätzlich beim Deutschen Basketball Bund und verfolgt damit einen ganzheitlichen Ansatz im deutschen Basketball. Die neu geschlossene Partnerschaft wurde von Infront vermittelt, dem exklusiven Vermarktungspartner der easyCredit BBL.

Marvin Macherey, Commercial Director der easyCredit BBL, sagt: „Die strategische Partnerschaft mit Netto Marken Discount ist ein starkes Signal für die Entwicklung unseres Pokalwettbewerbs und für die Relevanz des Basketballs in Deutschland. Mit Netto gewinnen wir einen Partner, der über eine hohe Präsenz im Alltag der Menschen verfügt und gleichzeitig Themen besetzt, die gut zu unserem Sport passen. Die Zusammenarbeit eröffnet neue Möglichkeiten, den Pokalwettbewerb weiter zu profilieren, Reichweite aufzubauen und Fans über kreative Aktivierungen anzusprechen.“

Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation bei Netto Marken Discount, sagt: „Mit unserem Engagement als Ernährungspartner der easyCredit Basketball Bundesliga und als Namensgeber des Netto BBL Pokals schaffen wir eine Plattform, die sportliche Werte und bewusste Ernährung regelmäßig in den Alltag unserer Kundinnen und Kunden bringt. Basketball steht für Bewegung, Teamgeist und Leistungsbereitschaft. Diese Themen passen zu unserem Selbstverständnis und bieten uns die Möglichkeit, über die gesamte Saison hinweg sichtbar und relevant zu kommunizieren.“

Martin Skrodzki, Director Sales Wintersport & Premium Rights bei Infront Germany, sagt: „Die Partnerschaft zwischen Netto Marken Discount und der easyCredit BBL verbindet zwei Akteure mit

bundesweiter Präsenz und hoher Nähe zu den Menschen. Entscheidend ist dabei nicht nur die Sichtbarkeit, sondern der inhaltliche Fit. Ernährung lässt sich im Basketballumfeld glaubwürdig verankern, weil der Sport Bewegung, Leistung und Alltagsthemen auf natürliche Weise zusammenführt. Für Infront ist diese Partnerschaft ein gutes Beispiel dafür, wie Markenrechte strategisch weiterentwickelt und inhaltlich aufgeladen werden können.“

Mit Netto Marken Discount gewinnt die easyCredit BBL einen Partner, der den Pokalwettbewerb künftig prominent prägt und seine Aktivitäten zugleich in den Ligabetrieb verlängert. Die Partnerschaft stärkt die Vermarktungsplattform der easyCredit BBL und erweitert die Kommunikationsmöglichkeiten rund um einen Wettbewerb, der für Clubs, Fans und Partner eine wachsende Bedeutung hat.

Über die easyCredit Basketball Bundesliga

Die easyCredit Basketball Bundesliga ist die Dachorganisation der Clubs der höchsten deutschen Spielklasse im Basketball und richtet die Deutsche Meisterschaft sowie den BBL Pokal aus. Das operative Geschäft wird von der Basketball Bundesliga GmbH geführt. Sie verantwortet die organisatorische Abwicklung der Wettbewerbe und die Spielansetzungen, regelt die Lizenzierung sowie Spielertransfers und schafft die strategischen Rahmenbedingungen für die sportliche und wirtschaftliche Entwicklung der Clubs. Darüber hinaus ist die easyCredit BBL für die zentrale Vermarktung unter anderem des Namensrechts und der Medienrechte verantwortlich.

Über Netto Marken Discount

Netto Marken Discount zählt mit über 4.430 Filialen, mehr als 89.000 Beschäftigten, wöchentlich 21,5 Millionen Kundinnen und Kunden sowie einem Umsatz von 17,9 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto über die größte Lebensmittelauswahl in der Discountlandschaft. Netto ist PAYBACK Partner. In allen Netto Filialen, im Netto Onlineshop und auf netto reisen.de können Punkte gesammelt werden.

Verantwortung ist Teil der Unternehmenskultur von Netto. Das Handelsunternehmen setzt dabei auf gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit, einen schonenden Umgang mit Ressourcen sowie eine an Nachhaltigkeitsaspekten ausgerichtete Einkaufsstrategie. Netto ist Partner des WWF Deutschland und arbeitet neben dem Ausbau eines nachhaltigeren Eigenmarkensortiments entlang der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.710 Auszubildenden zählt Netto zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Über Infront Germany



Infront Germany ist eine etablierte Sportmarketing-Agentur mit 100 Mitarbeiter:innen an neun Standorten in ganz Deutschland. Mit Expertise und Erfahrung meistern sie zusammen mit ihren Partnern alle Herausforderungen im Sportmarketing - von Marktanalysen und Strategieentwicklungen über den Einkauf und die Vermarktung kommerzieller Rechte bis hin zur Entwicklung digitaler Lösungen sowie dem Controlling und der Erfolgsoptimierung von Sponsorships. Als Teil der international führenden Infront-Gruppe, gehören sie außerdem zu einem Team von rund 900 sportbegeisterten Expert:innen weltweit, mit denen sie gemeinsam die Entwicklung des Sportbusiness aktiv vorantreiben.