Thema	Forschungsfrage	Kurzbeschreibung
1. Vom Sportverein zur Erlebnismarke – Strategien zur Markenbildung im Profibasketball	**Wie können Basketballvereine ihre Marke nachhaltig stärken und sich von anderen Sport- und Freizeitangeboten abheben?**	Untersuchung moderner Markenstrategien im Profibasketball. Betrachtet werden Fanbindung, Positionierung, Identität und die Bedeutung einer starken Vereinsmarke.
2. Eventisierung im Basketball – Welchen Einfluss haben Showelemente auf Zuschauerzufriedenheit und Wiederbesuchsabsicht?	**Steigern Inszenierung, Entertainment und Rahmenprogramm die Attraktivität eines Basketballspiels?**	Analyse des Einflusses von Lichtshows, Moderation, Gewinnspielen und weiteren Entertainment-Elementen auf das Zuschauererlebnis sowie die wirtschaftliche Bedeutung für Vereine.
3. Die Zukunft des Sponsorings – Welche Mehrwerte erwarten Unternehmen von Basketballvereinen?	**Welche Sponsoringleistungen schaffen für Unternehmen den größten wirtschaftlichen Nutzen?**	Untersuchung der Entwicklung vom klassischen Logoplatz hin zu digitalen Aktivierungen, Netzwerken, Hospitality und datenbasierten Partnerschaften.
4. Die Vereins-App als zentrale Plattform – Mehrwert für Fans, Sponsoren und Mitglieder	**Welche Funktionen sollte eine Vereins-App bieten, um die Fanbindung und den Sponsorennutzen nachhaltig zu steigern?**	Analyse digitaler Serviceangebote wie Ticketing, Gamification, Bonusprogramme, Push-Nachrichten und Sponsorenintegration sowie deren Potenzial für Basketballvereine.
5. TikTok, Instagram & Co. – Wie verändern Kurzvideos die Vermarktung von Basketballvereinen?	**Welche Social-Media-Strategien erzielen die größte Reichweite und Interaktion im Basketball?**	Untersuchung aktueller Plattformen und Content-Formate sowie deren Einfluss auf Markenbekanntheit, Fanbindung und Sponsorensichtbarkeit.
6. Frauenbasketball zwischen Wachstum und Wahrnehmung – Strategien zur Reichweitensteigerung	**Welche Maßnahmen können den Frauenbasketball in Deutschland wirtschaftlich und medial stärken?**	Analyse der aktuellen Strukturen, Vermarktung, Medienpräsenz und Sponsoringpotenziale sowie

Thema	Forschungsfrage	Kurzbeschreibung
		möglicher Strategien zur Professionalisierung.
7. Nachhaltigkeit im Basketball – Wettbewerbsvorteil oder Pflichtprogramm?	**Welchen wirtschaftlichen Nutzen bieten nachhaltige Maßnahmen für Basketballvereine und ihre Partner?**	Untersuchung ökologischer und sozialer Nachhaltigkeitskonzepte sowie deren Auswirkungen auf Sponsoring, Markenimage und Fanwahrnehmung.
8. Gamification im Basketball – Wie digitale Spielelemente die Fanbindung stärken können	**Kann Gamification das Fanerlebnis verbessern und die Zuschauer langfristig an einen Verein binden?**	Analyse des Einsatzes von Challenges, Sammelsystemen, Bonusprogrammen und interaktiven Apps zur Steigerung von Engagement und Erlösen.
9. Künstliche Intelligenz im Sportmarketing – Chancen und Herausforderungen für Basketballvereine	**Wie kann Künstliche Intelligenz Marketing, Vertrieb und Fankommunikation im Basketball effizienter gestalten?**	Betrachtet werden Einsatzmöglichkeiten von KI in den Bereichen Content-Erstellung, Datenanalyse, Personalisierung, Sponsoring und Kundenservice sowie deren Potenziale und Grenzen.
10. Sponsoring 2030 – Wie verändern sich die Anforderungen an Sportpartnerschaften?	**Welche Erwartungen werden Unternehmen künftig an Sponsoring im Basketball stellen?**	Untersuchung zukünftiger Sponsoringmodelle mit Fokus auf digitale Aktivierung, Daten, Nachhaltigkeit, Netzwerke und messbare Mehrwerte für Partner.
11. Streaming und die Zukunft der Medienrechte – Wohin entwickelt sich der Basketballmarkt?	**Welche Auswirkungen haben Streamingplattformen auf Reichweite, Vermarktung und wirtschaftliche Entwicklung des Basketballs?**	Analyse der Veränderungen im Medienkonsum sowie der Chancen und Herausforderungen durch Streaminganbieter und digitale Übertragungsmodelle.

Thema	Forschungsfrage	Kurzbeschreibung
12. Merchandising im Basketball – Vom Fanartikel zur Lifestyle-Marke	**Wie können Basketballvereine ihre Merchandising-Produkte zu einer eigenständigen Lifestyle-Marke entwickeln?**	Untersuchung moderner Merchandising-Strategien sowie der Bedeutung von Markenidentität, Design, Qualität und Community für Umsatz und Fanbindung.
13. Limitierte Kollektionen, Drops und Kooperationen – Erfolgsfaktoren moderner Merchandising-Strategien	**Welchen Einfluss haben limitierte Kollektionen und Markenkooperationen auf Kaufverhalten und Markenwahrnehmung?**	Analyse von Limited Editions, Influencer-Kooperationen und exklusiven Produktreleases sowie deren Potenzial zur Umsatzsteigerung und Imagebildung
14. Digitalisierung im Basketball – Welche Technologien verändern den Profisport bis 2035?	**Welche digitalen Technologien werden den Profibasketball in den kommenden Jahren nachhaltig verändern?**	Untersuchung von KI, Virtual Reality, Augmented Reality, Smart Arenas, Wearables und datengetriebenen Anwendungen im Sportmarketing und Spielbetrieb.
15. Die Arena als Erlebniswelt. Welche Faktoren schaffen ein unvergessliches Basketballerlebnis?	**Welche Faktoren beeinflussen das Erlebnis der Zuschauer in einer modernen Basketballarena am stärksten?**	Analyse von Servicequalität, Gastronomie, Entertainment, Digitalisierung und Hospitality sowie deren Einfluss auf Zufriedenheit, Wiederbesuchsabsicht und Umsatz.
16. Profisport und Breitensport unter einem Dach – Zukunftsmodelle für Basketballvereine in Deutschland	**Welche Chancen und Herausforderungen entstehen durch die Verbindung von Profi- und Breitensport in einem Verein?**	Untersuchung organisatorischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Vorteile sowie möglicher Synergien in den Bereichen Nachwuchs, Mitgliedergewinnung und Sponsoring.
17. Green Game Day – wie nachhaltig können Basketballveranstaltungen wirklich sein?	**Welche nachhaltigen Maßnahmen lassen sich bei Basketballveranstaltungen**	Analyse von Mobilität, Catering, Mehrwegsystemen, Energieverbrauch und Abfallmanagement sowie

Thema	Forschungsfrage	Kurzbeschreibung
	wirtschaftlich sinnvoll umsetzen?	deren Einfluss auf Kosten, Image und Sponsorengewinnung.
18. Welche Bedeutung hat ein Basketballverein für die Stadt, die Menschen und die Umgebung	**Welchen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Mehrwert schaffen professionelle Basketballvereine für ihre Region?**	Untersuchung der regionalen Wertschöpfung, Identitätsstiftung, sozialen Verantwortung sowie der Auswirkungen auf Wirtschaft, Tourismus und Stadtmarketing.
19. Internationale Erfolgsmodelle im Basketballmarketing – Was können deutsche Vereine lernen?	**Welche Marketingstrategien erfolgreicher Basketballorganisationen lassen sich auf deutsche Vereine übertragen?**	Vergleich von NBA-, EuroLeague- und BBL-Vereinen hinsichtlich Fanerlebnis, Digitalisierung, Sponsoring und Markenführung.
20. Smart Sponsoring – Wie lässt sich der Erfolg von Sponsoring messbar machen?	**Welche Kennzahlen eignen sich zur Bewertung des wirtschaftlichen Erfolgs von Sportsponsoring?**	Entwicklung eines Kennzahlensystems zur Erfolgsmessung von Sponsoringaktivierungen anhand von Reichweite, Engagement, Leads und Markenwirkung.